

TAIROVA M.M., ABDULLOEV A.J.

LOGISTIKA

O`QUV QO`LLANMA

**“Durdona” nashriyoti
Buxoro, 2020**

UO'K 796.01(075.8)

74.268.1

T-39

Tairova, M.M.

Logistika: [Matn] o`quv qo`llanma / Tairova M.M., Abdulloev A.J. - Buxara : Sadridin Salim Buxoriy, 2020. - 128 b.

КБК 74.268.1

O`quv qo`llanma mavjud namunaviy dastur asosida tuzilgan. Keskin raqobat kurashi sharoitida har qanday korxonada faoliyatida logistika muhim ahamiyat kasb etadi, shu jihatdan, ushbu o`quv qo`llanma logistika faoliyatining asosiy usullari, amalga oshirish tartibi, firmaning raqobat sharoitida logistika strategiyasini tanlash kabi masalalarga alohida e`tibor qaratilgan. Ushbu o`quv qo`llanma dan o`qituvchilar, mustaqil izlanuvchilar, talabalar, tadbirkorlar va marketingga qiziquvchilar foydalanishlari mumkin.

Учебное пособие подготовлено в соответствии с действующей образцовой программой. В период острой конкурентной борьбы логистика играет важную роль в деятельности предприятия. Особое внимание в учебном пособии уделено основным методам логистической деятельности, порядку введения в действие, выбор фирмой логистических стратегий в период конкурентной борьбы. Учебное пособие предназначено для преподавателей, студентов, предпринимателей и всех интересующихся логистикой.

This textbook is organized on the basis of existing sample program. In the period of acute competition logistics plays an important role in the action of enterprise. The textbook especially focuses on the basic methods of logistics, the order of realisation, the choices of marketing strategies of the firms during the competition. The textbook is designed for teachers, students, independent researches, entrepreneurs and interested in marketing.

Taqrizchilar:

Rahmatullayeva F.M. – BuxDU Iqtisodiyot kafedراسi dotsent, i.f.n.

Hasanova G.Dj. –BMTI «Menejment» kafedراسi dotsenti, i.f.n.

O`zbekiston Respublikasi Oliy va o`rta maxsus ta`lim vazirligining 2019-yil 4-oktabrdagi №892-buyrug`iga asosan o`quv qo`llanma sifatida nashrga tavsiya etilgan.

ISBN 978-9943-6194-6-3

KIRISH

Ishlab chiqarish munosabatlarining rivojlanishida moddiy, moliyaviy va axborot resurslari oqimlarining ahamiyati katta. Ana shu moddiy, moliyaviy va axborot oqimlari logistika fanining obyekti bo'lib hisoblanadi.

Logistika fani – moddiy, moliyaviy va axborot oqimlarini joriy manba'idan to iste'mol sohasigacha bo'lgan harakatini rejalashtirish, tashkil etish, boshqarish, optimallashtirish, nazorat qilish va muvofiqlashtirish to'g'risidagi fandır. Moddiy va unga taaluqli bo'lgan boshqa barcha oqimlarning ro'y berishi, harakati, miqdoriy va sifat o'zgarishlarini logistika nuqtai nazaridan mikro yoki makro darajada o'rganish, tadqiq qilish va boshqarish tizimli yondashishni talab qiladi. Bunda yuqorida ta'kidlangan jarayonlar bir butun va ma'lum maqsadga yo'naltirilgan tizimning o'zaro uzviy bog'langan elementlari deb qaraladi. Moddiy oqimlar ta'minot, ishlab chiqarish, taqsimot va iste'mol jarayonlarining turli bo'g'inlaridan o'tganda turlicha miqdoriy, tarkibiy va sifat o'zgarishlari ro'y beradi. Logistika sohasidagi faoliyat ko'p qirralidir. Ularga tashish va, taqsimot jarayonlari, zahira va ombor xo'jaliklarini boshqarish, axborot tizimini tashkil qilish, tijorat va moliyaviy faoliyatlarni boshqarish kabilar kiradi.

Logistikaning asosiy maqsadi ta'minot tizimidagi moddiy resurslarni optimallashtirish, ishlab chiqarish bo'g'inlarining xom ashyo, materiallar, detallar, yarim tayyor mahsulotlarga bo'lgan talabini samarali qondirish va tayyor mahsulotni iste'molchilarga yetkazib berish uchun qilinadigan barcha harakatlarni hisobga olgan holda umumiy harajatlarni, kamaytirishdan iboratdir.

Logistikaing qo'llanilishi natijasida xom ashyo va tovar zahiralarini minimallashtirish, yetkazib beruvchilar va zahiralar optimal tarzda joylashadi, tovarlarning ishlab chiqarishdan iste'mol sohasigacha bo'lgan harakat vaqti qisqaradi, bularning barchasi esa pirovard natijada umumiy harajatlarning kamayishiga olib keladi.

Ushbu qo'llanmadan o'qituvchilar, mustaqil izlanuvchilar, talabalar, tadbirkorlar va logistikaga qiziquvchilar foydalanishlari mumkin.

1-mavzu. LOGISTIKA KURSINING PREDMETI VA VAZIFALARI

- 1.1. Logistika ob'ekti, mavzusi, asosiy tushunchalari
- 1.2. Logistikaning funktsional yo'nalishlari va ularning xususiyatlari
- 1.3. Davlat va xususiy sektorda asosiy muammolar va logistika yechimlari

1.1. Logistika ob'ekti, mavzusi, asosiy tushunchalari

"Logistika" fanining maqsadi talabalarga funktsional bo'linmalarning va umuman butun korxonaning logistika tizimini ishlab chiqish, boshqarish va joriy qilish sohasidagi asosiy bilimlarni berishdir. Talabalar korxonaning logistika quyi tizimlarini o'zaro va tashqi infratuzilmaga qo'shilish qoidalarini ishlab chiqish sohasida ko'nikmalarga ega bo'lishlari kerak.

Kursning asosiy vazifalari talabalarga ishlab chiqarish va ta'minot tizimlarining ishlashini tahlil qilish ko'nikmalarini berish, ularni logistikada yo'naltirilgan boshqaruvda kompleks yondashuvning muhimligini anglash. Logistika tarkibiy qismlari va ularning o'zaro aloqalari - axborot logistikasi, inventarizatsiya (zaxira) logistikasi, omborxonalar logistikasi, transport logistikasi, boshqaruv (menejment) logistikasini tashkil qilish, shuningdek biznes bo'linmalari o'rtasida iqtisodiy murosani topish ko'nikmalarini o'rganish.

Logistika kursi makro va mikroiqtisodiyot, korxonalar iqtisodiyoti, ishlab chiqarishni tashkil etish asoslari, menejment, marketing asoslari, shuningdek amaliy matematikani va kompyuter muhandisligi, dasturlash va ma'lumotlar bazasini tashkil qilishni o'rganadigan fanlar bilan uzviy bog'liqdir.

Logistika tushunchalari, rivojlanish tarixi.

Logistika fan sifatida o'rganish mavzusi oqim jarayonlarini optimallashtirishdir. Logistika tamoyillari: sinxronizatsiya, optimallashtirish va integratsiya - ishlab chiqarish tizimlarini tashkil etish va samaradorligini oshirishda asosiy uslubiy yondashuv bo'lib xizmat qiladi.

Logistika - sanoat korxonalariga xom ashyo yetkazib berish jarayonida amalga oshiriladigan transport, omborxonalar va boshqa moddiy va nomoddiy operatsiyalarni rejalashtirish, boshqarish va

boshqarish haqidagi fan; xom ashyo, materiallar, yarim tayyor mahsulotlarni zavodda qayta ishlash; tayyor mahsulotni uning talablariga muvofiq iste'molchiga etkazish, shuningdek tegishli ma'lumotlarni uzatish, qayta ishlash va saqlash¹.

Logistika (yunoncha - fikr yuritish san'ati, keyinchalik - armiya va uning harakatini ta'minlash, matematik logistika).

Qadimgi matematikada logistika o'sha paytda ma'lum bo'lgan hisoblash va o'lchash algoritmlarining kombinatsiyasi sifatida tushunilgan. Leybnits "logistika" atamasini o'z xulosalarini hisoblashda ishlatgan.

Bugungi kunda ushbu mavzu universal e'tirofga sazovor bo'ldi va ko'plab sohalarni o'z ichiga oladi. Bugungi kunda Yevropa, Amerika va Sharqning logistika sohasidagi qarashlari bir-biriga ziddir.

Amerikalik logistika muhandislari logistikani menejment, texnologiya va texnik faoliyatning san'ati va fani sifatida tushunchasiga amal qiladilar, unga rejani amalga oshirish va maqsadga erishish uchun transport vositalarini rejalashtirish, yetkazib berish va foydalanish kiradi.

Logistikaning birinchi amaliy potensialini amerikalik ekspertlar Pol Convers va Piter Dyuker tomonidan bashorat qilingan. Ular uning potensialini "xarajatlarni tejashning so'nggi chegarasi" va "iqtisodiyotning noma'lum quroli (yoki materigi)" deb belgilab qo'yishdi. Logistika sohasidagi kengaytirilgan talqinning tarafdorlari fransuz mutaxassislari E. Mate va D. Tikselar² bo'lib, ular quyidagi fikrlarni berishgan "kompaniyaning sheriklar bilan munosabatlarini muvofiqlashtirish usullari va bozor tomonidan taqdim etilgan talabni muvofiqlashtirish vositasi va kompaniya tomonidan ilgari surilgan taklif, turli xil bo'linmalarining sa'y-harakatlarini birlashtirishga imkon beradigan korxonalar faoliyatini tashkil etish usuli. Kompaniya o'zining iqtisodiy maqsadlarini amalga oshirish uchun foydalanadigan moliyaviy, moddiy va mehnat resurslarini optimallashtirish maqsadida tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish."

Germaniyalik olimlar va amaliyotchilar, logistikani tegishli ma'lumotlar bilan bir qatorda, xom ashyo, yarim tayyor mahsulotlar va tayyor mahsulotlarni foydali va tejamkor harakatlanishini

¹ Родников А.Н. Логистика: Терминологический словарь.-М.: Экономика, 1995.

² Мате Э., Тиксье Д. Материально-техническое обеспечение деятельности предприятия. Пер. с франц.- М.: АО Издательская группа «Прогресс», 1993. 160 с.

rejalashtirish, boshqarish, amalga oshirish va nazorat qilish deb ta'riflashadi. Ingliz tadqiqotchisi M. Kristofer³ logistikani nafaqat firma darajasida, balki sanoat darajasida ham samarali deb hisoblaydi. Uning fikriga ko'ra, logistika sanoatning umumiy iqtisodiy jarayoni, shu jumladan korxonalar va omborlarning joylashishi masalalariga tegishli bo'lishi kerak.

1.1-jadval.

Logistika rivojlanishining asosiy bosqichlari

Davrlar	Xususiyat
Logistikaning shakllanish davri (1950-1970 yy.)	Logistika nazariyasining jadal rivojlanishi va uni amalda birinchi marta qo'llash. marketing logistikasi tushunchasi bilan birgalikda bozor ehtiyojlariga e'tibor berishga, sotishni rag'batlantirishga va xarajatlarni kamaytirish amaliyotini ishlab chiqishga olib keladi.
Biznes logistikasi konsepsiyasining paydo bo'lishi (1960-1970 yillar)	Logistika yondoshuvi, transport, omborxonalar, materiallarni qayta ishlash, himoya qadoqlash, inventarizatsiya nazorati, ishlab chiqarish joyi va omborning joylashishini tanlash, ishlab chiqarish buyurtmalarini boshqarish, talabni prognozlash, ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarga xizmat ko'rsatishda marketing yondashuvi. Ishlab chiqarishda yuqori sifatli xom ashyo yetishmasligi fonida raqobatning kuchayishi va shafqatsizligi.
qadoqlash inqilobi davri (1970 yil oxirlari)	Ombor jarayonidagi tub o'zgarish, uning operatsion tarkibi, ombor ishlarini tashkil etish tamoyili, texnik va texnologik ta'minot. Transport va saqlash uskunalari, yangi turdagi idishlar va qadoqlash vositalaridan foydalanishning boshlanishi, birinchi konteynerlardan foydalanish, ombor operatsiyalarida, qadoqlashda, o'lchamlarda standartlashtirishni joriy etish.
To'liq logistik (ta'minot) zanjiri	Shaxsiy kompyuterlarning jadal rivojlanishi va ularning biznesda keng qo'llanilishi global

³ Christopher M. Logistics and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Costs and Improving Services.- UK: Pitman Publishing, 1992.

g'oyasining paydo bo'lishi (1980-1990-yillari)	ma'lumotlardan foydalanishga olib keldi. tashkilotni logistik boshqarish uchun bo'sh joy, barcha logistika funktsiyalari va operatsiyalarini kompleks ko'rib chiqish va umumiy logistika xarajatlarini minimallashtirish, bozorni globallashtirish va yagona iqtisodiy makonni shakllantirish uchun imkoniyatlar paydo bo'ldi.
Umumjahon sifat boshqaruvi konsepsiyasining paydo bo'lishi va rivojlanishi (2000 yil o'rtalari)	Sifatni boshqarishda logistik yondashuvdan foydalanish, raqobatning kuchayishi sifat uchun kurashga olib boradi, xizmat ko'rsatish darajasini yaxshilaydi, ishlab chiqaruvchi va iste'molchining maqsadlari birligi tan olinadi. Logistika rivojlanishi uchun ushbu bosqichning ahamiyati shundan iboratki, erkin bozorlarda strategik rejalashtirish nuqtai nazaridan, kompaniyaning integratsiyalangan logistika vazifalari umumiy sifat boshqaruvi g'oyasiga to'g'ri keladi.

Logistika, shuningdek, tabiat va jamiyat to'g'risidagi bilimlardan foydalanish madaniyatidir, bu nafaqat tizimli qarorlarni qabul qilish va amalga oshirish, balki odamlarning yirik tashkilotlarda faoliyatini uyg'unlashtirishga imkon beradigan tizimli vakillikni yaratishga imkon beradi. Logistika metodologiyasi murakkab ishlab chiqarish tizimlarini ratsionalizatsiya qilishga imkon beradi. Bu korxonalar rahbarlarini ishlab chiqarish tizimlarini tashkil etishni takomillashtirish usullari bilan ta'minlaydi va ularga raqobatdosh ustunliklarni samarali olish imkoniyatini beradi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarining omon qolishi va ularning raqobatdosh ustunliklarga ega bo'lishi, real hayotiy ishlab chiqarishni o'zining maqbul loyihasiga yaqinlashtirish uchun zarur bo'lgan bilim, muhandislik, texnologiya, ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarishning uzluksiz loyihasiga yaqinlashtirish uchun doimiy tashkiliy va texnik qayta qurish talab etilgandagina mumkin. Ushbu tashkiliy va texnik qayta qurish korxonaning doimiy o'zgarib turadigan bozor sharoitlariga, beqaror soliq'larga va davlat tomonidan tartibga solish usullariga moslashuvchanligining doimiy jarayoni. Bozorda barqaror raqobatbardoshlikka erishish uchun tashkilotni

qayta qurish jarayoni tashkilotning mavjud modelini o'zining ideal loyihasi bilan birlashtirish jarayoni sifatida o'tishi kerak.

Optimal tashkil etish jarayoni korxonalarni tashkil etish va boshqarishning zamonaviy texnologiyalari, uslublari va madaniyatining (bilimlarining) darajalariga mos kelishi kerak. Ishlab chiqarishning yuqori darajada uyushgan va moslashuvchan tizimi sifatida maqbul korxonalar loyihasini odatiy jarayon sifatida ifodalash mumkin, bu tizim faoliyatining asosiy aniq maqsadini aniqlash bilan boshlanadi va "maqsad daraxti" deb nomlanuvchi uning odatiy bir bo'limini o'z ichiga oladi.

Logistika maqsadi mahsulot (tovar) ni iste'molchiga o'z vaqtida va kerakli darajada ish kuchi, moddiy, moliyaviy resurslarning minimal qiymatida qabul qilinishini (yetkazib berilishini) ta'minlashdir.

O'z vaqtida materiallar, xom ashyo, tayyor mahsulotlarni yetkazib berish butun iqtisodiy tizimning ishlashiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi, moddiy zaxiralarni va ularni shakllantirish va saqlash xarajatlarini, ishlab chiqarish va aylanishning umumiy xarajatlarini sezilarli darajada kamaytiradi. Logistika, marketing kabi, iste'molchining manfaatlaridan kelib chiqadi.

Oltita shart bajarilganda logistika faoliyatining maqsadiga erishildi deb hisoblanadi:

1. kerakli mahsulot;
2. zaruriy sifat;
3. kerakli miqdorda yetkazib berildi;
4. o'z vaqtida;
5. kerakli joyga;
6. minimal xarajat bilan.

Logistikaning global maqsadi - siklni qisqartirish, zaxiranini qisqartirishdir. Ishlab chiqarish bosqichida - jarayonlarning sinxronlashishi tufayli; moddiy resurslarga bo'lgan ehtiyojni aniqlash orqali; nima talab qilinadi? qachon? qancha? o'z-o'zini tartibga solish tufayli (ishlab chiqarish ma'lum bir mahsulotga bo'lgan talabga muvofiq).

Logistikani o'rganish ob'ekti bo'lib sanoat va tijorat faoliyati bilan bog'liq bo'lgan moliyaviy va axborot oqimlari kiradi.

Zamonaviy oqilona tashkil etish va moddiy oqimlarni boshqarish asosiy logistika tamoyillaridan majburiy foydalanishni talab qiladi: bir

yo'nalishlilik, moslashuvchanlik, sinxronizatsiya, optimallashtirish, jarayon oqimlarining integratsiyasi. Logistik yondashuv yangi o'rganish ob'ekti (oqim) kiritilishini talab qilganligi sababli biz uning ta'rifini beramiz.

Oqim - bu yaxlit bir butun sifatida qabul qilinadigan ko'plab elementlarning harakatlanuvchi ob'ektlar tizimi. Oqim quyidagi parametrlar bilan tavsiflanadi: boshlanish va tugatish nuqtalari, tezlik, vaqt, traektoriya, yo'l uzunligi, intensivlik.

Oqim tezligi - vaqt birligiga punktlardan o'tgan oqim ob'ektlari soni.

Logistika turli xil oqimlarni hal qilishi mumkin - moddiy, transport, moliyaviy, energiya, axborot, inson. Ko'pincha logistika sohasi material oqimlari bilan shug'ullanadi.

Moddiy oqim - unga bir qator logistika (transport, omborxonalar) va texnologik (ishlov berish, yig'ish) operatsiyalarni amalga oshirish jarayonida ko'rib chiqiladigan tovarlar, qismlar, inventarizatsiya buyumlari to'plami kiradi. Moddiy oqim transport, ishlov berish operatsiyalari, mahsulotni qayta ishlash, omborlash va saqlash kabi jarayonlar bilan tavsiflanadi. Moddiy oqim xom ashyo manbaidan, yoki ishlab chiqarishdan, yoki taqsimot markazidan keladi. U ishlab chiqarishga yoki taqsimot markaziga yoki oxirgi iste'molchiga o'tadi (1.1-rasm). Barcha holatlarda material oqimi iste'molga aylanadi, bu ishlab chiqarish yoki noishlab chiqarish bo'lishi mumkin.

Sanoat iste'moli - bu ijtimoiy mahsulotni ishlab chiqarish ehtiyojlari uchun ishchi kuchi va mehnat ob'ekti sifatida foydalanish.

Noishlab chiqarish iste'moli - bu noishlab chiqarish sohasi muassasalari va korxonalarida ijtimoiy mahsulotning shaxsiy iste'moli va aholining iste'moli uchun ishlatilishi. Logistika ichidagi material oqimi harakatining barcha bosqichlarida uning ishlab chiqarish iste'moli sodir bo'ladi. Faqat logistika zanjirini yakunlovchi bosqichda moddiy oqim noishlab chiqarish sohasiga tushadi.

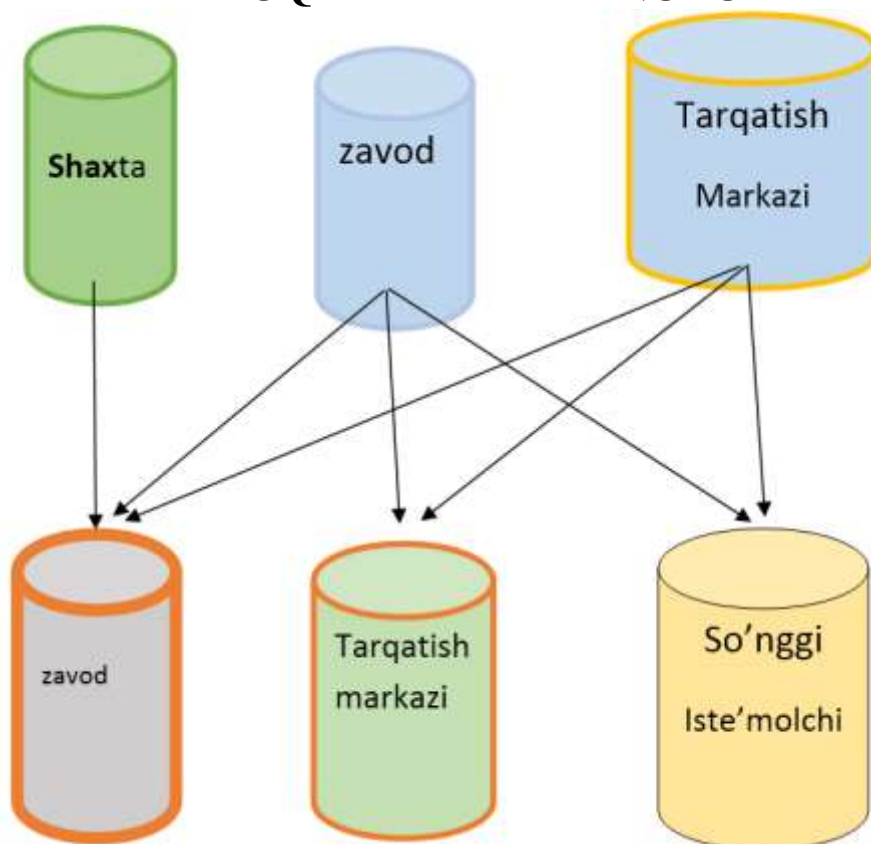
Logistika zanjiri ishlab chiqarish iste'moli bilan yakunlanishi mumkin. Masalan, energiya harakati. Ko'mir konidan yo'naltirilgan ko'mir oqimi issiqlik elektr stantsiyasida (IES) yoki sanoat korxonasida ishlab chiqarish iste'moliga kirganda tugaydi.

Ishlab chiqarish iste'moli asboblarni oqimini to'xtatishi mumkin, masalan, mashinasozlik zavodida ishlab chiqarilgan dastgohlar. Ishlab chiqarish iste'moli taqsimot markazida material oqimini o'zgartirish

jarayonini ham o'z ichiga oladi. Bu erda saralash, qadoqlash, jo'natishni shakllantirish, saqlash, yig'ish, qadoqlash, ko'chirish va boshqalar kabi logistik operatsiyalar amalga oshiriladi. Ushbu operatsiyalar majmuasi aylanish sohasidagi ishlab chiqarish jarayonidir.

Harakatning barcha bosqichlarida moddiy oqim logistik jarayon ishtirokchilarining mehnat predmeti hisoblanadi. Sanoat maqsadlari uchun mo'ljallangan mahsulotlar harakati bosqichida bu qayta ishlanmagan xom ashyo, yarim tayyor mahsulotlar, butlovchi qismlar va boshqalar bo'lishi mumkin.

MATERIAL OQIMLARI TA'MINOTCHILARI



Materiallar oqimining iste'molchilari

Rasm1.1. Iste'mol tizimiga material oqimining variantlari

Tovar harakati bosqichida moddiy oqim - bu tayyor iste'mol tovarlarining harakati.

Umumiy holda material oqimining yetkazib beruvchisi va iste'moli bu logistik kanal deb ataladigan ikkita mikro logistika tizimi, yoki boshqacha - taqsimot kanali.

Logistika kanali - bu ma'lum bir ishlab chiqaruvchidan iste'molchilarga material oqishini amalga oshiradigan turli xil vositachilarning qisman buyurtma qilingan to'plami.

To'plam, material oqimini yetkazib beruvchidan iste'molchiga o'tkazish jarayonida muayyan ishtirokchilar tanlanmaguncha qisman buyurtma qilinadi. Shundan so'ng, logistika kanali logistika zanjiriga aylantiriladi.

Logistika zanjiri - bu tashqi, moddiy oqimlarni bir logistika tizimidan boshqasiga o'tkazish uchun logistika operatsiyalari bilan shug'ullanadigan logistika jarayonida qatnashuvchilarning tartibli to'plami.

Logistika zanjiri - moddiy oqimlarning harakati orqali o'tadigan logistika aloqalari to'plami. Quyidagi asosiy yo'nalishlarga urg'u berilgan: materiallar, xom ashyo va yarim tayyor mahsulotlar yetkazib berish; mahsulotlar va xom ashyoni saqlash; tovarlar ishlab chiqarish; taqsimot, shu jumladan tayyor mahsulot omboridan iste'mol joyigacha jo'natish.

Turli xil operatsiyalarni rejalashtirish va logistika tizimining elementlari darajasini tahlil qilish uning makro logistika, mezologiya va mikro logistika bo'yicha bo'linishini oldindan belgilab qo'ydi.

Makrologistika logistika sohasi bo'lib, yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bozorini tahlil qilish, taqsimotning umumiy konsepsiyasini ishlab chiqish, omborlarni xizmat ko'rsatish joyiga joylashtirish, transport va transport vositalarining turini tanlash, transport jarayonini tashkil etish, material oqimlarining oqilona yo'nalishlari, xom ashyo, materiallar va yarim tayyor mahsulotlarni yetkazib berish kabi punktlarni o'z ichiga oladi. Tayyor mahsulotni yetkazib berish punktlarini tashkil qilish, tranzit yoki omborni taqsimot usulini tanlash bilan shug'ullanadi.

Mezologistika bir sohadagi bir nechta firmani bitta tizimga birlashtiradigan logistika sohasidir.

Mikrologistika bu logistika sohasi bo'lib, u logistikaning individual aloqalari va elementlari ichidagi muammolarni hal qiladi va ichki darajada moddiy va axborot oqimlarini boshqaradi. Bunga korxonada ichidagi turli xil logistik operatsiyalarni rejalashtirish, masalan yuklash va tushirish, transport va omborxonalar va hokazolarni kiritish mumkin. Mikrologiyada korxonalar ichida

mahsulot harakatini rejalashtirish, tayyorlash, amalga oshirish va boshqarish bo'yicha operatsiyalar amalga oshiradi.

Logistika tizimiga transport ta'minoti (mahsulotni korxonalariga yetkazib berish), ishlab chiqarish, transportni qo'llab-quvvatlash (mahsulotni iste'molchilarga yetkazib berish) kabi kengaytirilgan bo'linmalar kiradi. Shunga muvofiq logistikaning quyidagi funktsional yo'nalishlari ajratilgan: mahsulotni sotib olish yoki sotib olish bilan bog'liq logistika (xaridlar logistikasi); ishlab chiqarish logistikasi; Sotish, mahsulotlarni sotishga ixtisoslashgan logistika (taqsimot logistikasi).

Tijorat logistikasi atamasi nafaqat foydalanish ko'lamini (xom ashyo va materiallarni sotib olish, tayyor mahsulotni sotish bo'yicha tijorat faoliyati), balki xarajatlarni kamaytirish, daromadlarni oshirish va tashkilot (kompaniyaning) raqobatdoshligini oshirishning pragmatik maqsadini anglatadi.

Moddiy oqimlarni qayta ishlash nuqtai nazaridan logistika sohasidagi quyidagi yo'nalishlarni ajratish mumkin: zaxiralar, mahsulot tashish, omborxonalar, omborni qayta ishlash va material oqimini axborot bilan ta'minlash.

1.2. Logistikaning funktsional yo'nalishlari va ularning xususiyatlari

Logistika ikki jihatdan ko'rib chiqiladi: boshqaruv va texnologik. Taqsimotni boshqarishni tashkil etish, material oqimlarni rag'batlantirish va sotishni qo'llab-quvvatlash tashkiliy yo'nalishdir. Shunday qilib, **logistika sohasiga yo'nalishni tashkil etish** - bu material oqimini rag'batlantiradigan va ta'minot va marketingni ta'minlaydigan logistikaning funktsional sohasidir. **Logistika sohasiga texnologik yo'nalish** - bu transport texnologiyalari, omborxonalar, axborot ta'minoti, rejalashtirish va nazorat qilishni takomillashtirishni amalga oshiradigan logistikaning funktsional sohasi hisoblanadi. Logistikaning individual funktsional yo'nalishlarini ko'rib chiqamiz (1.2-jadval)

Zaxiralar ishlab chiqarish, aylanish va iste'mol o'rtasida buferlashtiruvchi rol o'ynaydi. Ular to'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqaruvchida to'planishi mumkin yoki ularning saqlanishi iste'molchiga yaqin bo'lishi mumkin. Tovar-moddiy zaxiralarning qiymati butun ishlab chiqarish tizimi uchun maqbul bo'lishi kerak.

Zaxiralar talabning o'zgarishiga tezkor javob qaytarish va transportning bir xilligini ta'minlashga imkon beradi.

Ishlab chiqarish logistikasi - korxonada (kompaniya) ichidagi moddiy oqimlarning harakatlanish jarayonlarini qamrab oladigan logistika sohasi.

1.2-jadval.

Turli sohalarda hal qilinadigan logistikaning asosiy vazifalari

No	Logistika yo'nalishlari	Asosiy vazifalar
1	Zaxiralar	Kerakli zaxirani rejalashtirish, shakllantirish va saqlash
2	Ishlab chiqarish	Moddiy tovarlar ishlab chiqarish va moddiy xizmatlarni ishlab chiqarish (ilgari yaratilgan tovarlar qiymatini oshiradigan ishlar)
3	Taqsimot	Iste'molchilar talabini aniqlash, iqtisodiy aloqalarni o'rnatish, iste'molchilarga xizmat ko'rsatish, taqsimotning oqilona shakllarini tanlash va savdoni tashkil etish.
4	Mahsulotni tashish	Transport turini, transport vositasini tanlash, mahsulotni yetkazib berishni rejalashtirish va nazorat qilish.
5	Omborxonada va omborni qaytib olish	Ombor joylashgan joyni tanlash, omborni boshqarish, qadoqlash.
6	Axborot ta'minoti	Moddiy oqimlar harakati to'g'risida ma'lumot to'plash, logistika jarayonlarini kompyuter yordamida qo'llab quvvatlash.

Taqsimot - bu logistika sohasi bo'lib, ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yo'lda material oqimini boshqarish uchun barcha vazifalarni o'z ichiga oladi - amalga oshirish vazifasi qo'yilgan paytdan boshlab mahsulot iste'molchiga yetkazib berilgunga qadar yoki sotishdan keyingi xizmat tugagunga qadar.

Transport logistik yondashuvda nafaqat tovarlarni yetkazib beruvchidan iste'molchiga, korxonadan omborga, yoki ombordan omborga, balki ombordan iste'mol joyiga yetkazib berishni ham o'z

ichiga oladi. Barcha transport aloqalari, agar yetkazib beruvchi va iste'molchi yollangan transport uchun to'lasa ham hisobga olinadi. Transportning asosiy xususiyatlari bu narx, yetkazib berish muddati va uning ishonchliligi hisoblanadi.

Ombor xo'jaligiga mahsulotlarni saqlash joylari, ularni joylashtirish va foydalanish uchun kiritadigan joylar kiradi.

Axborot - har qanday logistika tizimi buyurtmalarni, yuklarni tashish va tashish uchun talablarni, zaxiralar darajasini va boshqalarni uzatuvchi axborot va boshqarish quyi tizimidan foydalanib boshqariladi. Binobarin, axborot logistikasi - bu material oqimini kuzatib boradigan va ta'minot, ishlab chiqarish va marketing o'rtasidagi bog'liq bo'lgan ma'lumotlar oqimini tashkil etadigan logistika sohasi.

1.3. Davlat va xususiy sektorda asosiy muammolar va logistika yechimlari

Logistikaga bo'lgan ehtiyoj xususiy sektorda ham, davlat sektorida ham yuzaga keladi (1.3-jadval).

1.3-jadval.

Xususiy va davlat sektoridagi logistika masalalari

Logistik yechimlar ishtirokchilari	Xususiy sektor	Davlat sektori
Yetkazib beruvchi xizmat ko'rsatish agentligi	zaxiralarni boshqarish, narxlarni belgilash, shaxsiy yoki yollangan transport orqali tashish, ishlab chiqarishni rejalashtirish, korxonaning joylashgan joyi.	Xodimlar bilan ishlash, narxlarni belgilash, shaxsiy yoki yollangan transport bilan tashish, taklif etilayotgan xizmatlar, buyurtmalar berish.
Transport agentligi	Marshrutlangan trafik, xizmat ko'rsatish darajasi, narxlar, park turi.	Marshrutlangan trafik, xizmat ko'rsatish darajasi, narxlar, park turi
Hukumat	Soliqqa tortish, tabiiy monopoliyalarning mahsulot narxlari va tariflari, moliya tizimining	Byudjetni moliyalashtirish, davlat buyurtmalarini shakllantirish tizimi, ularning ijrosini nazorat

	barqarorligi, davlat infratuzilmasining faoliyati va rivojlanishi, iqtisodiy munosabat-larni huquqiy tartibga solish.	qilish.
--	---	---------

Logistik qarorlarda qatnashuvchilar: ishlab chiqaruvchilar, yetkazib beruvchilar, transport agentliklari, iste'molchilar, davlat idoralari.

Xususiy sektorda iste'molchi ishlab chiqaruvchining mahsulotlariga talabga ega. Ishlab chiqaruvchi yetkazib beruvchi sifatida ishlaydi. U transport agentliklari bilan korxonaga xom ashyo va tayyor mahsulotni korxonalardan bozorlarga o'tkazish bo'yicha muzokaralar olib boradi. Shunday qilib, transportga bo'lgan talab hosil bo'lgan talabdir. Hukumat bozor faoliyatining umumiy qoidalarini belgilaydi va transport infratuzilmasining ishlashini qisman ta'minlaydi. Davlat sektorida hukumat mahsulotning bir qismi (masalan, harbiy ehtiyojlar sohasida) buyurtmachi, iste'molchi va yetkazib beruvchisi sifatida ishlaydi.

Takrorlash uchun savollar.

- 1."Logistika" atamasini aniqlang.
- 2.Qanday sharoitlarda logistika faoliyatining maqsadiga erishildi deb hisoblanadi?
- 3.Logistika global maqsadini shakllantirish.
- 4.Logistikani o'rganish ob'ekti nima va u qanday parametrlar bilan tavsiflanadi?
- 5.Ishlab chiqarish va noishlab chiqarish o'rtasidagi farq nima?
- 6."Logistik canna" 1, "logistika zanjiri", "logistika tizimi" tushunchalari nima?
- 7.Logistikaning asosiy funktsional yo'nalishlari nimalardan iborat?
- 8.Davlat va xususiy sektorda qanday logistika muammolari yuzaga keladi?

2 mavzu. LOGISTIK TIZIM KONSEPSIYASINING NAZARIY ASOSLARI

- 2.1. Logistik tizim tushunchasi va uning konsepsiyalari
- 2.2. Logistik tizim faoliyat yuritilishini baholash.
- 2.3. Logistik tizimning menejment va marketing bilan bog'liqligi

2.1. Logistik tizim 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 zahiralarni miqdorini ancha kamaytirishga imkon beradi.

Logistika to'liq darajada iste'molchiga xizmat qiladi. Shuning uchun logistika doirasida taqsimot 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.

Logistik tizim- u yoki bu logistik funksiyalarini bajaruvchi teskari aloqali adaptiv tizim. Qoida buyicha u bir necha quyi tizimlardan iborat va tashqi muhit bilan rivojlangan aloqaga ega.

Logistik tizimni farqlovchi belgilariga

- oqimli jarayonini mavjudligi
- aniq tizimli yaxlitlik kiradi.

Logistik tizim 4 xususiyatga ega:

1 xususiyat: Logistik tizim- bir-biri bilan o'zaro aloqador unsurlarni yaxlit birligi. Logistik tizimni quyidagi unsurlarini ajratadilar:

a) xarid-material oqimini logistik tizimga kirishini ta'minlaydigan quyi tizim.

b) omborlar- moddiy zaxiralarni vaqtincha saqlaydigan bino va uskunalar. Omborlarda material oqimlar o'zgarishi ham mumkin.

v) zaxiralar- talab o'zgarishiga tez ta'sir ko'rsatishiga yordam beradigan, transport ishini bir maromda borishini ta'minlaydigan moddiy zaxiralari.

g) transport-bu unsur o'zi murakkab tizim bo'lib hisoblanadi. U o'z ichiga moddiy-texnik bazani va infratuzilmani qamrab oladi. Moddiy-texnik baza yordamida yuklar bir joydan ikkinchi joyga ko'chirilsa, infratuzilma shu moddiy texnik bazani vazifalarini ta'minlaydi.

d) axborot-logistik tizimni boshqa unsurlari ichida axborot aloqasini ta'minlaydigan quyi tizim. Bundan tashqari axborot logistik jarayonlarni nazorat qilib turadigan quyi tizim bo'lib hisoblanadi.

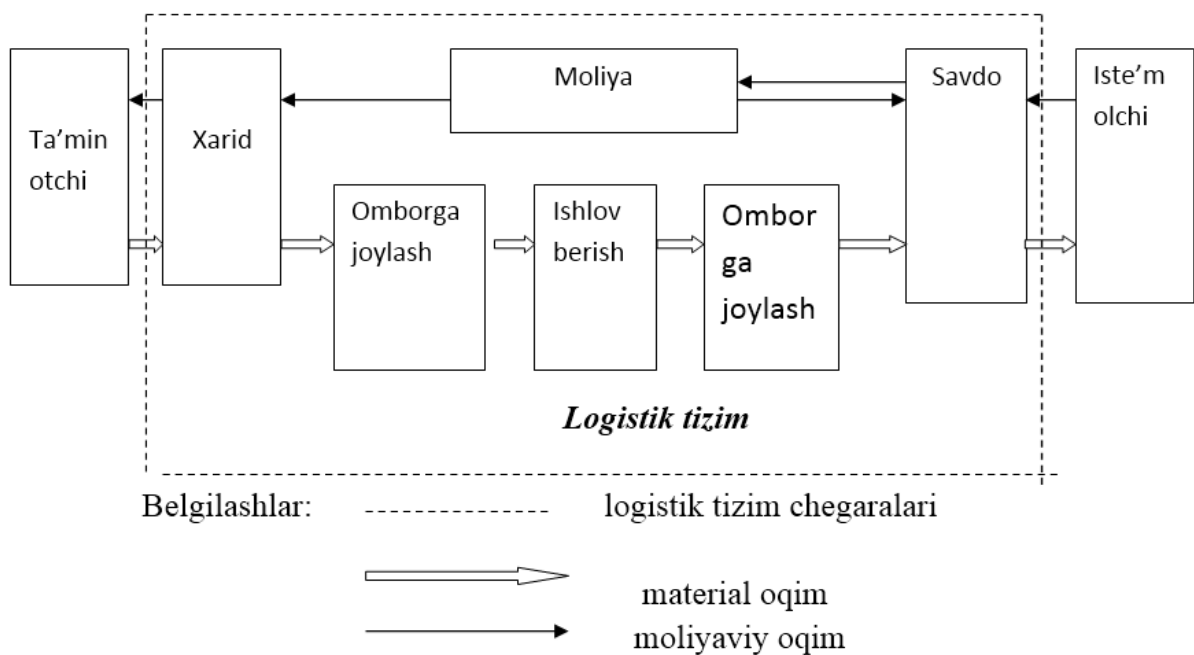
Xodimlar-logistik jarayonlarni bajarish bilan band bo'lgan ishchilar.

Sotuv-material oqimni logistik tizimdan chiqishini ta'minlaydigan quyi tizim.

2 xususiyat: logistik tizim unsurlari ichida logistik tizimini integrativ sifatini belgilovchi aniq aloqalar mavjud.

3 xususiyat: logistik unsurlari o'rtasidagi aloqalar tartibga solingan.

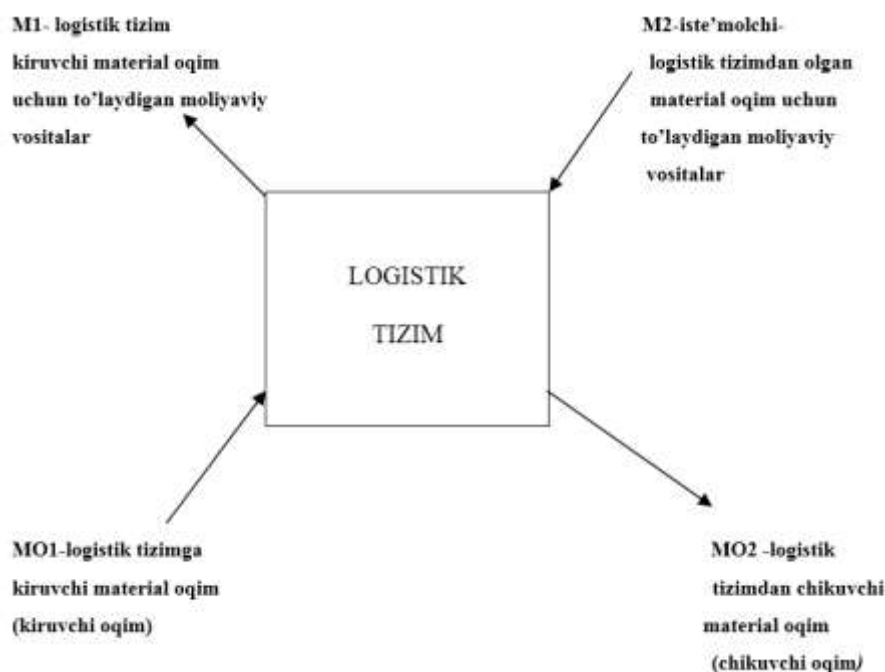
4 xususiyat: logistik tizim shunday xususiyatlarga egaki, uning bironta quyi tizimida bu xususiyatlar mavjud emas. Bu-kerakli tovarni, o'z vaqtida, kerakli sifat va minimal xarajatlar bilan aynan kerak bo'lgan joyga yetkazish va tashqi muhitni o'zgarishlariga moslashish (ba'zi tovar va xizmatlarga talabni o'zgarishi, asbob-uskunalarini bevaqt buzilishi). Logistik tizimining integrativ xususiyati unga o'z maqsadga erishish uchun, xom ashyo materiallarini xarid qilib, ularni o'z ishlab chiqarish quvvatlardan foydalangan holda boshqa material oqimga aylantirib, tashqi muhitga chiqarishni taqozo etadi. Logistik tizimni chegaralari ishlab chiqarish vositalarini aylanish sikli bilan aniqlanadi.



2.1. rasm Logistik tizim ichida ishlab chiqarish vositalarining aylanishi.

Oldin ishlab chiqarish vositalari xarid qilinadi. Ular material oqim ko'rinishida logistik tizimiga kiradilar, omborlarda joylashadilar, ishlab chiqariladilar yana saklanadilar va logistik tizimdan iste'molga chiqariladi. O'rniga moliya oqimlari kiradi. Logistika tizimining tashqi muhit bilan aloqasi 2.2-rasmda ko'rsatilgan. MO₁ ning sifati MO ning sifatililik belgilaridan samaraliroq.

Logistikaning asosiy maqsadi - yuklarni "Just in time" aniq muddatda eng kam mehnat va moddiy resurslarni sarflangan holda yetkazib berishdan iborat. Materiallar, xom-ashyo va tayyor mahsulotlarni aynan vaqtida yetkazib berish butun iqtisodiy tizimning ishlab turishiga qulay sharoit yaratadi va omborlardagi zaxiralarni sezilarli darajada qisqartirishga imkon beradi. Logistika to'liq darajada iste'molchiga xizmat qiladi.



2.2 rasm Logistik tizimining tashqi muhit bilan aloqasi

Shuning uchun logistikada sotish vazifasining bajarilishi “6R” orqali, ya’ni oltita “riching” - shartga: yuk, sifat, miqdor, vaqt, xarajatlar va yetib kelish joyiga rioya qilgan holda amalga oshiriladi deb hisoblash o’rinli.

Logistik tizimning samaradorligi moddiy oqimlarni: idishlarni sotish bo’yiqa kompleks tadbirlarni amalga oshirish, yuk birliklarini bir shaklga keltirish, omborga joylashtirishning samarali tizimini amalga oshirish, buyurtmalar miqdori va zaxiralar darajasini muvofiqlashtirish, korxonalar, ulgurji-vositachi firmalar, omborxonalar inshootlarida va magistral transportda yuklar harakatining eng qulay marshrutlarini tanlashning tahlilini talab qiladi.

Logistik tizimining qurilishi va faoliyat ko’rsatishi quyidagicha konseptual qoidalarga asoslanishi kerak:

- LTning barcha elementlari integratsiyasi va o’zaro aniq hamkorligi namoyon bo’luvchi tartibli yondashish, ya’ni uskunalarning alohida turlarini yaratishdan ishlab chiqarish – omborxonalar va ishlab chiqarish – transport tizimini yaratishga o’tishda ishlab chiqarish – transport tizimining yagona texnologik jarayonini amalga oshirish;
- mahsulot ishlab chiqarish - transport uskunalari yaratish va ishlatish;

- iqtisodiy talablarga javob beruvchi zamonaviy mehnat sharoitlarini yaratish;
- bozorni mo'ljallash bilan butun logistik zanjiri davomida xarajatlar majmuasini hisobga olish;
- zamonaviy darajadagi servis xizmatlarini rivojlantirish, epchillik, ishonchlilik va yuqori sifatni ta'minlash;

Odatda logistik tizimlar noaniq sharoitda ishlaydi. Bu bozor kon'yukturasida transportning ishlashi tasodifiy jarayonlar sodir bo'lishi bilan bog'lik. Shu tufayli logistik tizimlarning muhim xususiyatlaridan biri - moslashish xususiyati. Logistik tizimlar ishlashining asosiy tamoyillaridan biri - yuqori darajadagi ishonchliligi va mustahkamligi hisoblanadi. Bu ishlab chiqarish, sotish va taqsimlashni ishonchli strategik rejalashtirishini ta'minlaydi.

Bu yerda shuni ham hisobga olish kerakki, juda 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 mutaxassisleri fikricha, strategik rejalashtirish firmalarning o'z raqiblari bilan kurashida eng qudratli qurol bo'lib hisoblanadi.

Strategik rejalashtirishning asosi - ilmiy darajada. Ilmiy darajani tayyorlashda tarixiy va ekstrapolyatsiya usullaridan foydalaniladi. Strategik rejalashtirish – ijodiy jarayon va u ko'prok darajada harakatga ko'ra, maqsadga mo'ljallangan. Strategik rejalashtirish asosida texnik rejalar zanjiri generatsiya qilinadi, har kuni “Just in time” jarayonini amalga oshirish uchun ildam vaziyatlarida maqsadlar va harakatlar bir shakli keltiriladi. 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 xujaligiga sanoatlar nuqtai nazaridan emas, balki mintaqalar nuqtai nazaridan qaraydi.

Logistik tizimlar ishlashini tahlil qilishda umumiy xarajatlar ahamiyati katta. Ombor xo'jaligi xarajatlari, zahiralar, 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 proporsiyalari aniqlanishi, qiymat tavsiflarining samarasi ko'rib chiqilishi, boshqarish siyosati tuzilishi kerak, yangi texnologiyalar, asbob-uskunalar hisobga olinishi kerak. Chunki tizimning tubdan (korennoy) o'zgarishi, qaytadan tashkil qilinishi, xarajatlarning keskin ortib ketishga olib keladi. Shu bilan birga, ilgaridan logistik tizimlarning 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 qaraganda - samarasi kam usuldir.

Logistik tizimning qismlaridan har biri butun tizim muvozanatini buzishi mumkin. Amalda logistikaning ana'naviy maqsadlari ko'pincha marketing yoki ishlab chiqarish maqsadlariga to'g'ri kelmaydi. Masalan, korxonalarining ishlab chiqarish bo'limlari tayyor mahsulot zahiralarini 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 qilish, transport tizimidagi zahiralar miqdorining kamayishida, umuman, transport tizimining daromadi kamayishiga mutlaqo qiziqmaydi. 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 qabo'l qilish, masalalar yechish 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.

Logistika tizimining ikki turi mavjud.

1. Mikrologistik tizim
2. Makrologistik tizim

Makrologistik tizim bu- material oqimlarning boshqarishning yirik tizimidir. Bu tizim o'z ichiga bir davlatning bir necha hududida joylashgan yoki bir necha davlatda joylashgan turli vazirliklarga qarashli sanoat vositachilik savdo va transport tashkilotlarni o'z ichiga oladi. Turli davlatlarni qamrab oluvchi logistik tizimni shakllantirish uchun xalqaro iqtisodiy aloqalarning huquqiy va iqtisodiy munosabatlari, tovarni yetkazib berishning shartlari, transportlash qonunchiligi kabi bir qator qiyinchiliklarni yengib o'tish kerak. Chunki logistik tizim yagona hudud, ichki bojxona chegaralarsiz yagona bozorni tashkil etish va tovar, kapital axborot hamda mehnat resurslarining oqishiga to'sqinliklarni yengib o'tishni o'zida aks ettiradi. Makrologistik tizimning tarkibiy quyi tizimlari mavjud. Ularning qatoriga ishlab chiqarish savdo tashkilotlari, hududiy ishlab chiqarish kelajagi kabilar kirishadi. Mikrologistik tizimga yagona infrastruktura orqali o'zaro bog'langan o'zaro texnologik bog'lik ishlab chiqarishlar kiradi. Makrologistik tizim ichida mikrologistika tizimlari o'zaro tovar-pul munosabatlari bilan ham bog'langan bo'ladi. Mikrologistik tizim ichida yana bir necha kichik tizimlar ham mavjud bo'lishi mumkin bo'lib, ular korxonada yakka bo'linma bo'luvchi yoki boshqa korxonaning biron bo'linmasi bo'lishi mumkin.

Logistik tizimlarini ishlab chiqish. Makrologistikada logistika tizimlarining ishlab chiqarishda quyidagi bosqichlarni o'tagani ma'qul.

1. logistika maqsadlarni bozor kon'yukturasi bilan bog'lik holda aniqlash.
2. Maqsadlar daraxtini logistika tizimida servis tuzilmasini ishlab chiqayotganda identifikatsiyalash.
3. Transport sxemasi asosida material oqimi kartasini ishlab chiqarishga qabul qilingan yuklar va iste'molchiga mahsulot yetkazib berishni hisobga olib tuzish.
4. Axborot oqimi sxemasini tuzish.

Hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing tizimining bir necha turlari mavjuddir. Bular vertikal marketing tizimi, gorizontal marketing tizimi va ko'p kanalli marketing tizimi bo'lib hisoblanadi. Biz hozir bu marketing tizimlarining har birini tarqatilishini ko'rib chiqamiz.

2.2. Logistik tizim faoliyat yuritishini baholash.

Boshqarishning muhim omillaridan biri - materiallarni o'z vaqtida yetkazib berish. Buning uchun kerakli operatsiya bajarilishiga (masalan, yuk ortish, yukni eltish va boshqa) qancha vaqt ketishini 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 mintakaviy omborlardagi katta nomenklaturali zaxiralar miqdorining ortib ketishiga olib keladi. Lekin 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'lik. Bu taqsimlash kanallari mahsulot ishlab chiqaruvchi va iste'molchilarni bog'laydigan vositaga aylanayapti va xilma-xil bir-biri bilan bog'lik 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 quyiladigan sarmoyalar mikdori ortishiga olib keladi, logistika tizimi tuzilishi va obyektlari joylashishining o'zgarishiga olib keladi. Hozirgi kunlarda mahsulot ishlab chiqaruvchi va sotuvchilarni farqlash juda ham qiyin. Logistika tizimi qismlari

vazifalarining o'zgarishi katta qiyinchiliklar bilan o'tayapti. Integrasiya ayrim xo'jalik turlarining ahamiyati ortayapti, boshqalarining ahamiyati pasayib yoki umuman yo'q bo'lib ketayapti. Bu jarayonlarga yana xalq xo'jaligining 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.

2.3. Logistik tizimning menejment va marketing bilan bog'liqligi

Iqtisodiy rivojlanishning G'arbdagi andozalariga ko'ra, "logistika" "marketing" va "menejment"dan ajralib chiqib, alohida ilmiy yo'nalish olishi uchun qariyb yarim asr talab etilgan edi. 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'rsatgichlariga 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, zahiralarni nazorat qilish va boshqarish vazifalari murakkablashib ketadi. Mahsulotlar 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 xom ashyo, materiallar va komplektasiya 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'zgartirgan mahsulot ta'minot doirasi uchun yangi assortiment birligi deb hisoblanadi. Lekin, shuni aytib o'tish kerakki, xar bir assortimentning o'zgarishi xarajatlarning o'sishiga olib kelavermaydi. Ayrim hollarda ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish darajasi ortishi, mehnatni tashkil qilishining yaxshilanishi mumkin, bular orqali anchagina mablag' va mehnat tejallishi mumkin. Assortimentning kengayishini rejalashtirish, zahiralarni boshqarish, xarajatlarni kamaytirish doiralarda 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 kondisionerlar, (namunaviy o'lchovda bo'ladi), avtomashinalarga sotishdan oldin dilerlar tamonidan 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 qilishni, 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 qobiliyalari 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.

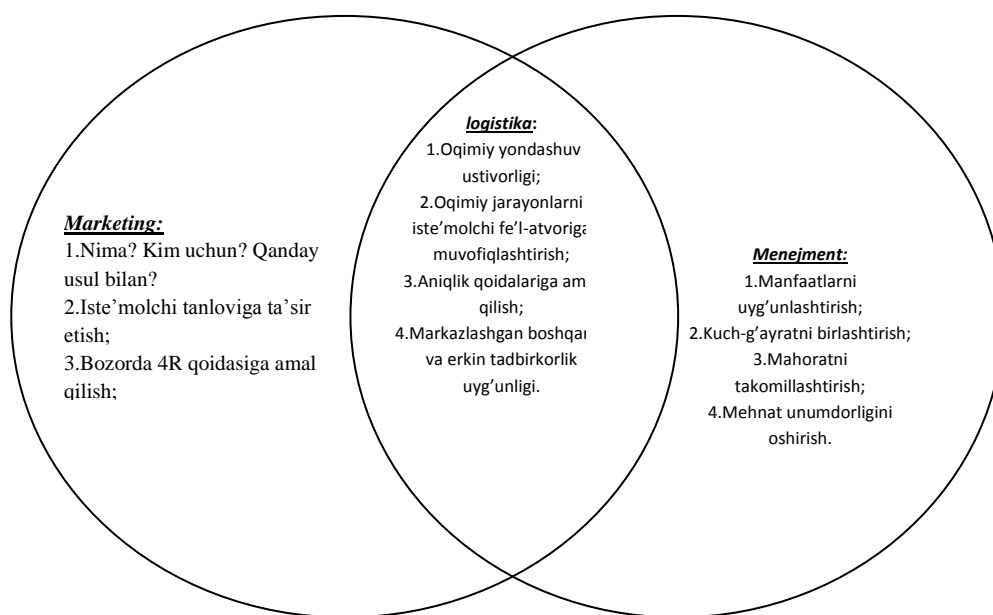
Logistika tizimining holati taqsimlanish kanalini tanlashda katta ahamiyatga ega. Logistika qiymatiga oid tahlil ko'pincha xarajatlarni kamaytirish yo'llarini topish uchun qilinadi; bu tahlil ta'sirida ro'y bergan o'zgarishlar marketingga katta ta'sir ko'rsatadi. Masalan,

omborlar sonini kamaytirish, zahiralar miqdorini kamaytirish, transportning arzonroq turlariga o'tish hisobiga xarajatlarni kamaytirish xizmat ko'rsatish sifati 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. Rasmdan ko'rinadiki, tadbirkorlik logistikasi menejment va marketing strategiyalaridagi tamoyillarning amaliyligini ta'minlashda muhim zaruriy to'ldiruvchi vositadir.

G'arb namoyondalarining tahlillariga ko'ra, moddiy ne'matlar harakatini yaxlit oqim sifatida boshqarish aylanma mablag'lar aylanuvchanligini tezlashtiradi; moddiy zahiralarining 30 – 50% gacha tejalishiga olib keladi, moddiy ne'matlarning boshlang'ich manbadan pirovard iste'molchiga yetkazish vaqtini 25-45% ga qisqartiradi ⁴.

Marketing va logistika mahsulot assortimentini tanlashda to'qnashadi. Chunonchi, marketing strategiyasida aniqlangan mahsulot assortimenti logistik zanjir tuzilishining o'zgarishiga olib keladi.



2.3-rasm. Logistikaning menejment va marketing bilan aloqadorligi

Logistik nuqtai nazardan mahsulot qadoqlash o'lchamlari, transport vositalariga joylashtirish sharoitlari logistik xarajatlar

⁴ Логистика-<http://big.spb.ru/publications/bigspb/logistics/com/logistics>

hajmiga ta'sir etadi va mahsulot narxini oshirishni talab qiladi. Aks holda bu jarayon marketing foydasini kamayishiga olib keladi. Yoxud marketing strategiyasidagi narxga samarali rioya qilish uchun omborda saqlash hamda tashishda distribyusiya tizimidagi chiqimlarni sezilarli qisqartirish talab etiladi. Ishlab chiqarish tannarxi bilan mazkur qisqartirilgan xarajatlarning yig'indisi narx muammosini hal etishga ijobiy ta'sir qiladi. Ya'ni bunday holatda logistikaning ushbu jabhadagi yordami asqotadi.

Marketologlar ulgurji va chakana savdodagilar uchun mahsulotni tanlaydilar. Logistlar distribyusiya tuzilishini tanlash bilan vaziyatni oydinlashtiradilar. Ishlab chiqaruvchilar mahsulotlarini ulgurji xaridorlarga sotishlari bilan transport xarajatlarini tejaydilar. Zaxiralarning saqlanish tartibi, xaridorlarga mahsulotni taqdim etishda, yetkazishda, qadoqlanish tartibi uning sifat ko'rsatkichini belgilaydi.

Logistika nafaqat yetkazib berishni, balki sotish oldidan va sotishdan keyingi xizmatni tashkil etish orqali marketing strategiyasi muvaffaqiyatiga ta'siri bilan ham bu jarayonda markaziy o'rinni egallaydi.

Logistika ishlab chiqarish sikli ta'minotga omil vazifasida xizmat qilganda ishlab chiqarish siklida uzilish bo'lmasligi uchun zarur zahiralar kafolatlanishi evaziga subyekt salohiyatidan to'liq foydalanishga imkon yaratiladi. Mabodo ishlab chiqarish sikli mavsumiylikdan iborat bo'lsa ham taklif va talabni uyg'unlashtirishga, mahsulot narxi muvozanatlashuviga olib keladi. Mavsumiylik sharoitida tayyorlov hajmi va zahiralar saqlashning optimal nuqtasi orqali bozor muvozanatiga intilish ta'minlanadi. Bunda operativ (tezkor) menejment va tadbirkorlik logistikasi masalalari ustma-ust tushadi. Xususan, texnologik transport, texnologik jarayonlardagi zahiralar va g'amlamalarni boshqarish, moddiy resurslar buyurtmasini tashkil qilish kabilar shular jumlasidandir.

Takrorlash uchun savollar:

1. Logistik tizimning asosiy tamoyillari.
2. Logistikaning konsepsiyasi.
3. Logistika qaysi aspektlarni ko'rib chiqadi?
4. Logistika o'zining faoliyatida qaysi bo'limlar bilan bog'liq.
5. Logistik tizimni tuzishda qaysi elementlarga e'tibor beriladi?

3-mavzu. LOGISTIKADA MATERIALLARNI BOSHQARISH VA TAQSIMOTNI TASHKIL QILISH

- 3.1. Moddiy (material) oqim tushunchasi
- 3.2. Moddiy oqimining turlari
- 3.3. Taqsimot logistikasi ob'ekti, predmeti, funktsiyalari
- 3.4. Taqsimot logistikaga asoslanadigan logistik tamoyillar va xususiyatlar
- 3.5. Tayyor mahsulot taqsimotning asosiy shakllari
- 3.6. Logistika vositachilarining turlari
- 3.7. Taqsimotni boshqarish tizimlari

3.1. Moddiy (material) oqim tushunchasi

Moddiy oqim logistikada asosiy hal qiluvchilardan hisoblanadi. Moddiy oqim transportda tashish, omborlarga to'plash va boshqa xomashyo, yarim tayyor mahsulotlar va tayyor mahsulotlar hamda boshqa moddiy jarayonlarni, ya'ni xomashyoning boshlang'ich manbalaridan oxirgi istemolchiga qadar bo'lgan jarayonlarda vujudga keladi.

Moddiy oqim turli korxonalar o'rtasida yoki bir korxonaning ichida ro'yobga chiqishi mumkin. Moddiy oqimini aniqlashni shakllantirishdan oldin ulgurji savdo korxonasining ombori ichida vujudga keladigan moddiy vositalar oqimining misolni olib ko'raylik. Ish vaqtida keltirilgan tovar tushirilgandan keyin bevosita saqlash uchun yo'naltirilishi mumkin yoki dastavval qabul qilib olingandan so'ng saqlanadigan joyga tushishi mumkin. Dam olish kunlari olib kelingan yuklar qabul qilish joylariga tushiriladi, u yerdan birinchi ish kunining o'zidayoq omborlarga tarqatiladi. Kelib tushgan tovarlarning barchasi saqlash joylarida to'planadi.

Yukning harakati yo'lida ular bilan turli xildagi jarayonlar bajariladi: tushirish, poddonlarga o'rnatirish, siljitish, bog'lamlardan ochish, saqlashga qo'yish va h.k. Bular logistik jarayonlar hisoblanadi. Ayrim jarayonlar bo'yicha hajmi ma'lum davrga mo'ljallangan bo'lib, oy, yil ushbu jarayon bo'yicha moddiy vositalar oqimini tashkil etadi. Moddiy oqim deb, yuklar, qismlar, tovar-moddiy vositalar qiymatlari hisoblanib, turli xildagi logistik jarayonlar natijasida ta'sir ko'rsatilib ularning vaqt birligi nisbatiga aytiladi. Ayrim logistik jarayonlarni

amalga oshirganda moddiy vositalar oqimi, belgilangan vaqt holati bo'yicha ko'rib chiqilishi ham mumkin. Bunday holatlarda ular moddiy vositalar zaxirasiga aylanadi. Masalan, yuklarni temir yo'l transporti orqali olib yurish jarayonlarini olaylik. Yukning yo'lda yurish davridagi holatida u moddiy vositalar zaxirasi hisoblanadi, ya'ni «yo'ldagi zaxira» deb ataladi.

3.2. Moddiy oqimining turlari

Moddiy oqimiyuklar sifatida qaralgan bo'lib, ularga logistik jarayonlar mobaynida turlicha ta'sirlar ko'rsatiladi. Ko'p turdagi yuklar va logistik jarayonlarning mavjudligi ularni o'rganish va moddiy vositalar oqimini chiqarishni murakkablashtiradi. Aniq vazifalarni hal qilishda shuni belgilash kerakki, qaysi oqimlar tadqiqot qilinadi.

Ba'zi masalalarni obyekt tomonidan tadqiqot qilinayotganda, ularning ichida ko'p guruhdagi jarayonlar ilova qilinadiganlari ham bo'lishi mumkin. Boshqa masalalarni hal etishda masalan, ichki ombor logistik jarayonlarini tashkillashtirishda har bir jarayonlar puxta o'rganiladi.

Moddiy vositalar oqimini quyidagi asosiy xususiyatlarga qarab ajratiladi:

- logistik tizimga munosabati;
- oqimning haqiqiy buyumlar tarkibi;
- oqimni tashkil qiluvchi yuklarning miqdori;
- oqimni tashkil etuvchi yuklarning hissasi;
- yuklarni aralashtirish darajasi;
- yuklarning aralashmasi;

Logistik tizimga nisbatan moddiy oqim quyidagicha: tashqi, ichki, kiritiladigan va chiqariladigan bo'ladi. Tashqi moddiy oqim korxonaga uchun tashqari bo'lgan muhitda sodir bo'ladi. Ichki moddiy oqim logistik tizimning ichkarisida logistik jarayonlarni amalga oshirish natijasida vujudga keladi.

Kiritiladigan moddiy oqim logistik tizimga tashqi muhitdan kirib keladi. Chiqariladigan esa logistik tizimning ichki muhitidan tashqi muhitiga chiqib ketadi.

3.3. Taqsimot logistikasi ob'ekti, predmeti, funktsiyalari

Ichki iqtisodiy fanlardagi taqsimlanish chegaralari birinchi bo'lib M.E. Zalmanova tomonidan belgilanib, mahsulotni qadoqlashni

taqsimlashni taklif qildi; ekspeditorlik: sotishni boshqarish; yetkazib beruvchining tayyor mahsulotini omborda saqlash; tayyor mahsulotni saqlash omborlari; omborga tashish - tayyor mahsulotni tashish uchun transport vositasi.

Taqsimot sohasidagi logistika bu noishlab chiqarish davridagi moddiy, axborot, moliyaviy va boshqa oqimlarni boshqarishning moslashuvchan tizimida bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lgan strategik, tashkiliy, moliyaviy va boshqa tadbirlar majmuidir.

Taqsimot logistika sohasidagi o'rganish ob'ekti - bu material yetkazib beruvchidan iste'molchiga o'tish bosqichidagi material oqimi.

O'rganish predmeti - iste'molchiga tovarlarni jismoniy harakat qilishning oqilona jarayonini tashkil qilish.

Distribyutor logistikaning asosiy funktsiyalari quyidagilardan iborat:

1. iste'molchilar talabini aniqlash va uni qondirishni tashkil etish;
2. tovarlarni yetkazib berish, iste'molchilarga xizmat ko'rsatish uchun iqtisodiy aloqalarni o'rnatish;
3. taqsimot kanallarining tashkiliy tuzilishini yaratish;
4. tayyor mahsulot zaxiralarini to'plash, saralash va taqsimlash;
5. tayyor mahsulotlar, qaytariladigan konteynerlar va chiqindilarni tashish;
6. inventarizatsiya qilish, konsolidatsiya qilish va tovarlarni taqsimot;
7. tovarlarni taqsimlash va savdoni tashkil etishning oqilona shakllarini tanlash;
8. tayyor mahsulotlar va logistika xizmatlari sifat standartlarini ta'minlash;
9. taqsimot monitoringi va axborot ta'minoti.

Ushbu funktsiyalarni quyidagi bloklarga bo'lish mumkin:

- almashish funktsiyalari
- jismoniy taqsimot
- qo'llab-quvvatlovchi.

Distribyutor logistika vazifalarining tarkibi ikki darajaga bo'linadi - **ichki va tashqi taqsimot logistika vazifalari**.

Korxonada darajasida **ichki taqsimot logistikasi** quyidagi vazifalarni hal qiladi:

- a) buyurtmani qabul qilish va qayta ishlashni tashkil etish;
- b) amalga oshirish jarayonini rejalashtirish;

v) qadoqlash turini tanlash, qadoqlash to'g'risida qaror qabul qilish, shuningdek jo'natishdan oldin boshqa operatsiyalarni bajarilishini tashkil etish;

d) mahsulotlarni jo'natishni tashkil etish;

e) yetkazib berishni tashkil etish va tashishni boshqarish;

f) sotishdan keyingi xizmatlarni tashkil qilish.

Tashqi taqsimot logistikasining vazifalariga quyidagilar kiradi:

1. taqsimot kanalining "arxitekturasini" tanlash;
2. taqsimot kanali ishtirokchilari bilan ishlashni tashkil etish (vositachilar);
3. tayyor mahsulotni taqsimot strategiyasini tanlash;
4. narxlarni belgilash strategiyasini tanlash;
5. kompaniyaning mahsulotlarini bozorga chiqarish uchun tadbirlarni tashkil qilish;
6. korxonaning mahsulot bozoridagi holatini kuzatish va maqsadli segmentlardagi mahsulotlarning holatini tahlil qilish;
7. mijozlar va sotishdan keyingi xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar bilan ishlash.

3.4. Taqsimot logistikaga asoslanadigan logistik tamoyillar va xususiyatlar

Distribyutor logistika tamoyillari:

1. ishlab chiqaruvchining yakuniy operatsiyalaridan tortib mijozlarga xizmat ko'rsatishgacha bo'lgan barcha mahsulotlarni taqsimot jarayonlarini muvofiqlashtirish;
2. tayyor mahsulot va xizmatlarni taqsimlash jarayonini boshqarishning barcha funktsiyalarini maqsadlarni belgilashdan boshqarishgacha integratsiyalashtirish;
3. tijorat, kanal va jismoniy taqsimotni doimiy o'zgaruvchan bozor talablariga va birinchi navbatda mijozlarning talablariga moslashtirish;
4. taqsimotni boshqarish sifatida tizimlilik va uning butunligini va marketing faoliyatining barcha elementlarining o'zaro bog'liqligini ta'minlash;
5. murakkablik, ya'ni mijozlarning to'lovga bo'lgan talabini qondirish bilan bog'liq muammolarning yechimi;
6. tizim qismlarining nisbati va uning ishlash rejimining optimalligi;

7. tashkiliy tuzilmaning ham, boshqaruvning ham mantiqiyliigi. Bundan tashqari, taqsimot logistikasi paydo bo'lish, sinergiya va muvofiqlik xususiyatlariga ega.

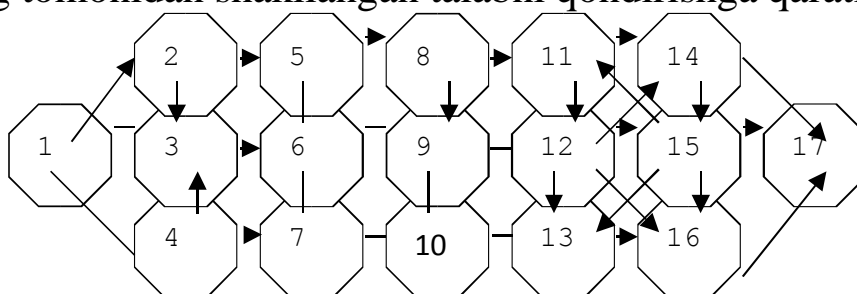
Paydo bo'lish - tijorat, kanal va jismoniy taqsimotning barcha elementlari faoliyatini maqbul muvofiqlashtirish natijasida tizimli samarani yaratish qobiliyati tushuniladi.

Sinergiya effekti potensial tizimni shakllantirish funksiyalariga ega bo'lgan taqsimot logistikasiga kiritilgan. Ushbu funksiyalarni amalga oshirishning to'liqligi bizga tizimning xususiyatlarini olish imkonini beradi, uning elementlari alohida-alohida mavjud emas.

Muvofiqlik (optimallik) tizim elementlarining bir-biri bilan va tizimning maqsadlari bilan mutanosibligida (yozishmalarida) namoyon bo'ladi.

Distribyutor logistikaga marketingni uning organik tarkibiy qismi sifatida kiritish hozirgi vaqtda savdo faoliyatini takomillashtirishning eng samarali usullaridan biri hisoblanadi.

Talabni aniqlash va rag'batlantirish bilan shug'ullanadigan marketingdan farqli o'laroq, logistika minimal xarajatlar bilan marketing tomonidan shakllangan talabni qondirishga qaratilgan



Rasm 3.1. Savdo jarayonining tarmoq logistik modeli:

1. iste'molchilar talabini o'rganish;
2. buyurtmalar portfelini shakllantirish;
3. iste'molchilar bilan iqtisodiy aloqalarni o'rnatish;
4. marketing tadqiqotlarini moliyalashtirish;
5. korxonada ishlab chiqarish quvvatlarini assortimentga yuklash;
6. yetkazib berish (sotish) shartnomalarini tuzish;
7. tovarlar narxlarini belgilash;
8. tayyor mahsulotlar zaxiralarini yaratish;
9. taqsimot kanallarini tanlash;
10. sotuvchilar va sotuvchilarni rag'batlantirish;

11. mahsulotlar (xizmatlar) iste'molchilarga (xaridorlarga) yetkazib berilishini tashkil etish;
12. shartnoma majburiyatlari bajarilishini nazorat qilish;
13. mijozlar va vositachilar bilan hisob-kitoblar;
14. iste'molchilarga xizmat ko'rsatish;
15. savdo rejalarining bajarilishini baholash;
16. savdo operatsiyalarini moliyalashtirish;
17. to'lov qobiliyatli iste'molchilar talabini va foyda qondirish

Birlashtirish markazlari (консолидация)

Taqsimot tizimidagi logistikaning asosiy qoidalaridan biri bu **"iloji boricha ko'proq" ishlab chiqarish yoki transport birliklarining eng katta qismini tashishdir**. Ushbu maqsadga erishish uchun barcha ta'minot zanjiri davomida iloji boricha material oqimining turli elementlarini "birlashtirish" kerak.

Birlashtirish markazlarida tovarlar guruhlariga bo'linadi yoki qismlarga bo'linadi yoki saqlash, yuklash va tushirish va tashish xarajatlarini kamaytirish uchun tovarlarni kattalashtirish yoki tovarlarni qismlarga bo'lish operatsiyalari kamayadi, natijada hosil bo'lgan o'lchov birligi yetkazib berish zanjiri oxirida iste'mol uchun yaroqlidir.

Birlashtirishga misollar temir yo'l transporti va avtoulowlardagi yuk terminali.

3.5. Tayyor mahsulot taqsimotning asosiy shakllari

Tayyor mahsulotni taqsimotni tashkil qilishning ikkita asosiy shakli mavjud:

1. o'zlarining taqsimot tarmog'i orqali to'g'ridan-to'g'ri oxirgi iste'molchiga mahsulotlarni sotish
2. mahsulotlarni vositachilar orqali sotish.

Ko'pincha sanoat kompaniyasi o'zining savdo tarmog'ini va o'ziga qaram va mustaqil vositachilarni ishlatish imkoniyatlarini birlashtiradi.

Logistika taqsimot kanali - bu tovarlarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga o'tkazish jarayonida ishtirok etadigan mustaqil yuridik yoki jismoniy shaxslar, shuningdek ushbu harakatga xizmat ko'rsatuvchilar.

Taqsimot kanallarining turli xil ta'riflari mavjud. Shunday qilib, Amerika Marketing Uyushmasi (American Marketing Association) taqsimot kanalini quyidagicha belgilaydi: tashkilotning ichki

bo'linmalarini tovarlar, mahsulotlar yoki xizmatlar sotiladigan tashqi agentlar va dilerlar, ulgurji savdo va chakana savdo kompaniyalari bilan birlashtiradigan tuzilma.

Mahalliy adabiyotlarda taqsimot kanalining bunday talqinlari mavjud. A.D. Chudakov ta'kidlaydi: taqsimot kanali - bu mahsulotni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yo'naltiruvchi bir qator tashkilotlar yoki shaxslar. Bunday holda, tovarlarni qo'ldan-qo'lga o'tkazishning oddiy harakati mavjud emas, ammo o'tkazib berilgan tovarlarga egalik huquqi mavjud. Mahsulotni qayta sotish turi mavjud va yakuniy iste'molchini hisobga olmaganda, ushbu zanjirning boshqa ishtirokchilari uni keyingi sotish uchun sotib olishadi va maqsadga muvofiq foydalanish uchun emas. Shu munosabat bilan, logistika taqsimot kanali ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasida vositachilik qiladigan kam yoki kam doimiy sotuvchilarning to'g'ri tashkil etilgan zanjiri.

Boshqa mualliflar logistika taqsimot kanalini marketing talablarini bajarish va mahsulotlarni tashish, saqlash, yuklarni tashish va transportirovka qilish tranzaksion birliklarining uyg'unligi tufayli logistika faoliyati ko'lamini tejash maqsadida tashkil etilgan asosiy oqim yo'naltirilgan logistika tizimidagi alohida aloqalar to'plami sifatida taqdim etadilar.

Taqsimot kanallarining to'liq to'plami korxonaning taqsimot tarmog'ini tashkil qiladi. Taqsimot kanallari turlari va tarmoq tuzilishi korxonaning tayyor mahsulotlar bozoridagi strategik va taktik maqsadlari va vazifalarining, korxonaning logistika strategiyasining, moddiy va boshqa oqimlarning turlari va parametrlarining, mahsulotning atributlari va boshqa omillarga bog'liq.

Taqsimot kanallaridan foydalanish mahsulotlarni taqsimlashga moliyaviy resurslarni tejashga, tejalgan pullarni asosiy ishlab chiqarish va sotishga yanada samarali usullarda sarmoya kiritish imkoniyati, tovarlarning keng mavjudligini ta'minlash va maqsadli bozorlarga olib chiqishning yuqori samaradorligi, taqsimot kanallarini tanlash bo'yicha ish hajmini kamaytiradi.

Taqsimot kanallari sonini ko'paytirishning afzalliklari

- bozorni qamrab olish darajasi o'sib bormoqda, chunki yangi taqsimot kanallari iste'molchilarning ilgari erishib bo'lmaydigan qismini jalb qiladi;

- barcha taqsimot kanallarini qo'llab-quvvatlashga sarflanadigan umumiy xarajatlar darajasi pasayadi Mavjud iste'molchilar guruhiga mahsulotlarni sotish uchun umumiy xarajatlar darajasini pasaytirish uchun qo'shimcha kanal tashkil qilinadi;
- sotuvlar sifati darajasi ko'tariladi, yangi kanalda, odatda, iste'molchilarning qoniqarsiz ehtiyojlari hisobga olinadi

Taqsimot kanali uning uzunligi va kengligi bilan tavsiflanadi.

Kanal uzunligi bo'yicha ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga tovarlarni ilgari surish bo'yicha ishlarni bajaradigan oraliq aloqalar soni tushuniladi.

Uzunligi nolga teng bo'lgan kanal **to'g'ridan-to'g'ri marketing kanali** deb nomlanadi, chunki unda oraliq aloqalar mavjud emas, u faqat sotuvchi va iste'molchidan iborat.

Taqsimot kanalining kengligi - har bir kanal darajasi uchun ajratilgan taqsimot kanali ishtirokchilari soni.

Qolgan kanallar bilvosita marketing kanallari va birdan uchgacha yoki undan ko'p bosqichlarni o'z ichiga olishi mumkin.

Bir bosqichli kanal bitta vositachining mavjudligini taxmin qiladi. Iste'mol bozorlarida ushbu vositachi odatda chakana sotuvchidir va ishlab chiqarilgan tovarlar sotiladigan bozorlarda ular ko'pincha savdo agenti yoki vositachi hisoblanadi.

Ikki bosqichli kanal ikkita vositachini o'z ichiga oladi. Iste'mol bozorlarida bunday vositachilar odatda ulgurji va chakana savdo qilishadi; sanoat tovarlari sotiladigan bozorlarda savdogarlar sanoat distribyutori va dileri bo'lishi mumkin.

Uch bosqichli kanal uchta vositachini qamrab oladi. Ko'p bosqichdagi kanallar mavjud, ammo ular kamroq tarqalgan. Ishlab chiqaruvchilarning nuqtai nazaridan, taqsimot kanali qanchalik ko'p bo'lsa, uni boshqarish imkoniyati shunchalik kam bo'ladi.

Kanal kengligi, ya'ni har bir darajadagi mahsulotlarni taqsimotda qatnashadigan vositachilar soni. Shuning uchun har qanday kompaniyaning asosiy vazifasi har bir kanal darajasida qancha vositachidan foydalanish to'g'risida qaror qabul qilishdir. Tovarlarni taqsimot kanalini shakllantirishda birinchi navbatda kanalning tuzilishi, ya'ni kanallar soni va kanal ishtirokchilarining o'ziga xos tarkibi to'g'risida qaror qabul qilinadi. Asosiy va ixtisoslashtirilgan kanal ishtirokchilarini taqsimlanadi.

Kanalning asosiy ishtirokchisi zaxiralar yoki boshqa moliyaviy xavf shakllariga ega bo'lish uchun javobgarlikni o'z zimmasiga oladigan korxonaga hisoblanadi.

Ixtisoslashgan kanal ishtirokchisi - bu asosiy to'lov ishtirokchisiga tegishli to'lov evaziga muhim maxsus xizmatlar ko'rsatadigan korxonaga. Ushbu toifalar o'rtasida xavfni taqsimlash muhimdir. Shu bilan birga, kanalda iqtisodiy aloqalarni o'rnatishda, tizimning barcha potensial ishtirokchilarining imkoniyatlarini oxirgi foydalanuvchining taxminlariga javob beradigan tarzda tashkil etishga ko'proq e'tibor beriladi.

Taqsimot kanalining asosiy va ixtisoslashgan ishtirokchilari birgalikda assortimentga, ya'ni xaridorning o'ziga xos ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan mahsulotning sifatli va miqdoriy tarkibiga bozor talablarini ta'minlashi kerak.

Bundan tashqari, taqsimot kanallari

- bozorni o'rganish,
- almashishni rejalashtirish va osonlashtirish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni to'plash,
- mahsulotni sotib olish va sotish shartlarini aniqlash (aslida to'lov, konsignatsiya),
- sotishni rag'batlantirish,
- doimiy mijozlar bilan aloqa o'rnatish va qo'llab-quvvatlash,
- narxlar bo'yicha kelishib olish kabi funksiyalarni bajaradi.

Taqsimot kanallarining to'liq to'plami korxonaning taqsimot tarmog'ini tashkil qiladi.

3.6. Logistik vositachilarining turlari

Tovarlar oqimini rag'batlantirishni ta'minlaydigan vositachilarning rivojlanish istiqbollari prognozi hajmlarning o'sishi va taklif etilayotgan xizmatlar turlarini, birinchi navbatda logistika sohasini kengaytirishni o'z ichiga oladi.

Taqsimot kanali, har qanday tizim kabi, nafaqat soni, balki tarkibiga kiradigan elementlarning turi va ularning o'zaro bog'liqlik xususiyatlari bilan ham ajralib turadi, shu sababli kanal ichida ishlaydigan vositachilarning tasnifi turlicha.

Logistik vositachilarni ikki katta guruhga birlashtirish mumkin:

I) mol-mulk sotib olib, narxlarga ta'sir qilish huquqiga ega bo'lgan (distribyutor, sotuvchi);

2) sotuvchi nomidan va uning hisobidan ish olib boradigan va narxlarga ta'sir qilish imkoniga ega bo'lmagan (agent, broker, komissioner va boshqalar).

Ba'zan bu guruhlar **mustaqil va qaram vositachilar** deb ataladi; Ishlab chiqaruvchi nomidan o'z mablag'lari hisobiga operatsiyalarni amalga oshiradigan **distribyutorlar** ma'lum bir hududda ma'lum bir vaqtda savdo qilish huquqiga egadirlar.

Dilerlar o'z nomidan operatsiyalarni amalga oshiradilar va o'z hisobidan tovarlarni yetkazib berish shartnomasi bo'yicha sotib olidilar va bu munosabatlar operatsiya yakunlangach tugaydi (eksklyuziv - hudud, vakolatli franchise).

Kanalni tanlash samarali bo'ladi, agar:

1. bozor tarqalib ketgan va har bir geografik hududda savdo hajmi to'g'ridan-to'g'ri taqsimot kanalining xarajatlarini qoplamaydi;
2. mahsulot ko'p tarmoqlarda iste'molchilarga sotilishi kerak, bu esa ulgurji savdo tarmog'ini talab qiladi;
3. iste'molchilar mahsulotlarni kichik partiyalarda sotib olishni afzal ko'rishadi, bu omborxon va tranzit uchun qulay emas;
4. ishlab chiqarish va sotish bahosi o'rtasidagi farq ishlab chiqaruvchi o'z savdo tarmog'ini saqlab turishi uchun juda kichikdir.

Ishonchli vositachilar o'zlari sotgan va komissiya uchun ishlaydigan mol-mulkka egalik huquqini talab qilmaydilar.

savdo agentlari (vakillari, yordamchilari) Sanoat va savdoga bo'lingan. **Sanoat agentliklari**, qoida tariqasida, kompaniyaning savdo xizmatini almashtiradilar, ammo savdo hajmining 3 dan 10% gacha o'zgarishi mumkin bo'lgan ish haqi va komissiyalarni oladilar. Ushbu guruhdagi barcha boshqa vositachilarga qaraganda sanoat agentlari ishlab chiqaruvchining ko'rsatmalariga bog'liq. Sanoat agentlari, qoida tariqasida, bitta ishlab chiqaruvchida ishlaydi va ma'lum bir hududda sotish uchun eksklyuziv huquqdan foydalanadi. Yirik korxonalarda har bir assortiment guruhlari uchun agentlar bo'lishi mumkin. Sanoat agentlari ishlab chiqaruvchining marketing dasturiga va narx darajasiga juda cheklangan ta'sir ko'rsatadilar.

Savdo agentlari kichik biznes bilan shug'ullanadilar va barcha mahsulotlarni sotishga javobgardirlar. Aslida, ular ishlab chiqaruvchining marketing bo'limi bo'lib, narxlar va uni amalga

o'shish uchun boshqa shartlarni muhokama qilish vakolatiga ega. Savdo agentliklarining ofislari iste'molchiga yaqin joyda joylashgan.

Brokerlar ((eng. Broker) xaridor va sotuvchi o'rtasida vositachi). Bitimni yakunlash uchun xaridor va sotuvchilarni birga to'plang. Ular bozorning holati, savdo sharoitlari, narxlar darajasi haqida yaxshi xabardor bo'lib, muzokaralar olib borishda mohirona. Ba'zi hollarda ular mahsulotlarni yetkazib berish va saqlashni ta'minlashi mumkin. Xaridor va sotuvchi o'rtasida vositachilik qilish uchun vositachi, qoida tariqasida, boshqa bog'liq vositachilardan farq qiluvchi bitim bo'yicha ikkala tomondan ham komissiya oladi.

Komissionerlar (fransuz Commissionaire) - savdo operatsiyalarida vositachi; mahsulotni ishlab chiqaruvchidan ma'lum bir haq evaziga ombordan o'z nomiga sotish, lekin sotuvchi hisobidan mahsulotni bir tomonning (eksportchining) boshqa tomoniga (eksport qiluvchining) ko'rsatmasi asosida ishlab chiqarilgan mahsulotlardan olish. Komissionerlarning idorasi, shuningdek mahsulotlarni saqlash va sotish uchun omborxonalar mavjud. Komissionerlar iste'molchilar bilan narxlarni muhokama qilishlari mumkin va ishlab chiqaruvchi narx oralig'ini belgilaydi. Vositachilar tomonidan bajariladigan **funksiyalar** tarkibiga kelsak, ular quyidagicha tizimlashtiriladi.

Vositachilarni ulgurji va chakana savdoga ajratish asosida shuni ta'kidlash kerak: zamonaviy ulgurji vositachilar shartnoma va korporativ asosda o'zlarining tashkil etilishi bilan ajralib turadi. Shartnoma asosida ulgurji vositachilarni yaratishda ularni erkin birlashmalarga birlashtirish odatiy holdir, ularning ishtirokchilari ma'lum operatsiyalarga ixtisoslashgan (masalan, ba'zilari omborxonalar bilan shug'ullanishadi, boshqalari transport bilan shug'ullanishadi).

Korporativ uyushmalar tuzishda maqsad odatda bitta yoki ma'lum bir tovar guruhini sotishdir. Ko'plab tovarlar ushbu korporatsiyalar qatnashchilari o'rtasida qo'shilgan kapital miqdoriga mutanosib ravishda taqsimlanadi.

Distribyutor logistika sohasida logistika vositachilari bilan bog'lanishning asosiy sabablari:

- iste'molchilar talablari bozorining eng yaxshi monitoringi bilan;
- logistika xarajatlari kamayishi bilan;

- logistika muhiti atrofidagi mumkin bo'lgan o'zgarishlarga kompaniyani moslashuvchanligi bilan;
- tizimli va yaxlit yechimlar imkoniyati bilan;
- dunyo miqyosidagi moslamalar va ilg'or texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish bilan;
- xavflar va operatsion va logistik sikllarning davomiyligi pasayishi bilan;
- zamonaviy axborot texnologiyalaridan tez foydalanish, ma'lumotlarning sifati va ochiqligini oshirish.

Taqsimotda logistika vositachilaridan foydalanish yanada samarali logistika tarmog'ini yaratishga imkon beradi.

3.7. Taqsimotni boshqarish tizimlari

Eng keng tarqalgan taqsimotni boshqarish **tizimi DRP** (Distribution Requirements Planning) tizimidir.

Ushbu tizimning eng muhim funktsiyalari quyidagilardan iborat:

- zaxira nazorati;
- ishlab chiqarish, ta'minot va marketing munosabatlarining shakllanishi; Ushbu tizimda ishlashning asosiy bosqichlari:
 1. prognozlar va amaldagi buyurtma ma'lumotlari yordamida rejalashtirish;
 2. aniq sanalar, mahsulotlar, mahsulotlar sonini ko'rsatgan holda ishlab chiqarish jadvalini shakllantirish;
 3. moddiy resurslarga, ishlab chiqarish quvvatiga bo'lgan ehtiyojni hisoblash.

DRP II tizimi (Distribution Resource Planning) - DRP ning ikkinchi avlodi sifatida qaraladi, ammo farq bor. Bu erda bashorat qilish o'rta va uzoq muddatli bo'lishi mumkin.

LRP tizimi (logistic requirements planning) - bu korxonada kirish va chiqish materiallari oqimini rejalashtirish va boshqarish tizimidir. Tizim inventarizatsiyani boshqarish, transport xizmatlarini prognoz qilish, korxonada tovarlariga bo'lgan talabni bashorat qilishga kompleks yondashuvni ta'minlaydi.

QRM tizimi (Quick Response Method) - bu tezkor javob berish usuli. Distribyutor markazlari orqali chakana va ulgurji korxonalarga tovarlar yetkazib berishni rejalashtirish va tartibga solish usuli. Ushbu usul savdo kompaniyasi, yetkazib beruvchilar o'rtasidagi yaqin

hamkorlikni, savdo zaxiralarini optimallashtirishni, mijozlarning talablarini darhol qondirishni ta'minlaydi.

Takrorlash uchun savollar:

1. Distribyutor logistika nima?
2. Distribyutor logistikaning asosiy vazifalari nimalardan iborat?
3. Ichki va tashqi taqsimot logistikasining vazifalari nimalardan iborat?
4. Distribyutor logistika qanday tamoyillar va xususiyatlarga asoslanadi?
5. Birlashtirish markazlarini yaratishdan maqsad nima?
6. Tayyor mahsulotni taqsimotning asosiy shakllari qanday?
7. Qanday parametrlar taqsimot kanalini tavsiflaydi?
8. Logistika vositachilarining asosiy turlari qaysilar?
9. Joylashtirish strategiyasining qaysi usullarini bilasiz?

4-mavzu. TRANSPORT LOGISTIKASI

- 4.1. Transport: tushunchasi va turlari
- 4.2. Tashish jarayoni texnologiyasining asosiy tamoyillari
- 4.3. Transport xizmatlari sifatining ko'rsatkichlari
- 4.4. Transport hujjatlari

4.1. Transport: tushunchasi va turlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida transport korxonalarini (tovarlarni taqsimlash jarayonining boshqa ishtirokchilari kabi) logistika zanjirida yagona iqtisodiy natijani olishga yo'naltirilgan bo'lishi kerak. Bunga ko'pgina omillar ta'sir ko'rsatmoqda, ular orasida quyidagilar ta'kidlanishi mumkin: transport xizmatlari bozorida shakllangan bozor, korxonalar va transportning har xil turlari o'rtasidagi raqobat, iste'molchilar tomonidan transport xizmatlari sifati va tariflariga qo'yiladigan talablarning kuchayishi va boshqalar.

Shunday qilib, transport tufayli tovarlarni taqsimlashning logistika jarayoni (xom ashyo va materiallar yetkazib beruvchilardan tortib, har xil vositachilarni qamrab oladigan va tayyor mahsulot iste'molchilariga qadar) yagona texnologik zanjirga aylanadi va transport va ishlab chiqarish jarayonining ajralmas qismiga aylanadi.

Ushbu zanjirda transportning asosiy vazifalari tovarlarni ko'chirish va ularni saqlashdir.

Transport - bu odamlar va yuklarni tashish bilan shug'ullanadigan moddiy ishlab chiqarish sohasi. Maqsadga ko'ra transportning ikkita asosiy guruhi mavjud:

Jamoat (umumiy foydalanish) transporti - bu xalq xo'jaligining barcha tarmoqlari va aholining yuk va yo'lovchilar tashish ehtiyojlarini qondiradigan sektori. Jamoat transporti aylanish sohasi va aholiga xizmat ko'rsatadi. Ko'pincha magistral deb ataladi. Jamoat transporti tushunchasi temir yo'l transporti, suv transporti (dengiz va daryo), avtomobil, havo transporti va quvur transportini qamrab oladi.

Nouumiy foydalanish transporti Sanoat ichidagi transport, shuningdek nouumiy foydalanish tashkilotlariga tegishli bo'lgan barcha turdagi transport vositalari. Nouumiy foydalanish transportida tovarlar harakatini tashkil etish ishlab chiqarish logistikasini o'rganish predmetsi hisoblanadi.

Transport logistikasi predmeti - umumiy maqsadlardagi transport orqali tovarlar harakatini tashkil etish bilan bog'liq vazifalar to'plami.

Transport logistikasining asosiy tamoyili umuman logistika xarajatlarni optimallashtirishdir. Transportda yuk tashish ko'lamini va yo'nalishlar oralig'i tufayli tejab qolgan holda erishish mumkin.

Transport logistikasining vazifalari:

- Transport vositalarining turini tanlash;
- Transport jarayonini ombor va ishlab chiqarish bilan birgalikda rejalashtirish;
- Har xil transport turlarida transport jarayonlarini birgalikda rejalashtirish (multimodal transport sharoitida);
- Transport va ombor jarayonining texnologik birligini ta'minlash;
- Yetkazib berishning oqilona yo'nalishlarini aniqlash.

Logistika tamoyillarini amalga oshirish nuqtai nazaridan tashish «harakatlanuvchi magistral» tamoyili bo'yicha, konteynerlar, yo'l tirkamalari va boshqalarni harakatlanayotganda - temir yo'l vagonlari sxemasiga muvofiq amalga oshiriladi. (Janub, G'arbiy - Sharq), keyin birlashtirilgan poezdlar.

Ratsional transport vositalarini tanlashda, birinchi navbatda, ularning turining tashiladigan tovarlarning xususiyatlariga muvofiqligi

ko'rsatiladi. Avtotransport vositalarini tanlashda quyidagi mezonlar talab etiladi:

- yuklarning xavfsizligi;
- ularning imkoniyatlaridan va yuk ko'tarish qobiliyatidan eng yaxshi foydalanish;
- transport xarajatlarini kamaytirish.

Ratsional transport turini tanlashda dastlabki baholash muammosini hal qilish uchun biz foydali ma'lumotlarni har xil sifat mezonlarini hisobga oladigan besh balli tizim bo'yicha ma'lumotlarni (8.1-jadval) taqdim etamiz. Transport turining eng yaxshi bahosi pastroq songa to'g'ri keladi.

Biroq, yuklarni yetkazib berish variantining yakuniy tanlovi texnik va iqtisodiy hisob-kitoblar bilan oqlanadi.

4.2. Tashish jarayoni texnologiyasining asosiy tamoyillari

Transport jarayoni texnologiyasi - bu odamlar uchun muayyan transport jarayonini uni bir-biri bilan bir-biriga bog'liq bo'lgan bosqichlar va operatsiyalar tizimiga bo'lish yo'li bilan amalga oshirishning yo'lidir.

Texnologiyaning maqsadi - yuklarni tashish jarayonini keraksiz operatsiyalardan tozalash, uni yanada yo'naltirilgan qilishdir.

Yuk tashish texnologiyasining mohiyati ikkita asosiy tushuncha - bosqich va operatsiya orqali aniqlanadi.

- Bosqich - bu yoki boshqa jarayon amalga oshiriladigan operatsiyalar majmui.
- Amaliyot - bu bir yoki bir nechta ijrochilar tomonidan amalga oshiriladigan ma'lum bir maqsadga erishishga yo'naltirilgan, tashish jarayonining bir xil, mantiqiy ajralmas qismi.

Yuk tashish jarayonining har qanday texnologiyasi uchta xususiyat bilan tavsiflanadi:

- transport jarayonini ajratish,
- muvofiqlashtirish va bosqichma-bosqich amalga oshirish;
- harakatlarning aniqligi.

Tovarlarni tashish jarayonini bosqichlarga bo'lish - bu texnologiya ustida ish olib boradigan tashkilotga qo'yiladigan talablarning chegaralarini aniqlashdan iborat. Har qanday operatsiya boshqarish ob'ekti maqsadga yaqin bo'lishini va bir operatsiyadan

boshqasiga o'tishni ta'minlashi kerak. Bosqichning oxirgi operatsiyasi keyingi bosqichning birinchi operatsiyasining o'ziga xos turi bo'lishi kerak.

Muayyan maqsadga erishishga qaratilgan muvofiqlashtirish va bosqichma-bosqich harakatlar - muayyan transport jarayonining ishlashi va rivojlanishining ichki mantig'iga asoslanishi kerak. Texnologiya noldan yaratilmagan, u o'tgan va kelajak bosqichlari texnologiyasi bilan bog'liq.

Bitta operatsiyaning og'ishi butun jarayon zanjirida aks etadi. Birinchidan, tovarlarni tashish jarayonining butun texnologiyasi, so'ngra individual bosqichlar ishlab chiqiladi. Texnologik bosqichlarni rivojlantirishdan keyin ularni texnologik birlik nuqtai nazaridan ko'rib chiqish kerak.

4.3. Transport xizmatlari sifatining ko'rsatkichlari

Transport xizmatining sifat ko'rsatkichi - bu xizmatning sifatini tashkil etuvchi bir yoki bir nechta iste'mol xususiyatlarining miqdoriy tavsifidir. Yuk tashish sifati tegishli transportda yuk jo'natuvchilar yoki qabul qiluvchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun yaroqliligini belgilaydigan xususiyatlarning yig'indisi bilan baholanadi.

Yuk tashish sifatini boshqarish sohasida qo'llaniladigan yuk sifatining nomenklaturalari doirasi GOST R 51005-96 "Transport xizmatlari, Yuk tashish, Sifat ko'rsatkichlari nomenklaturasi" dan iborat.

GOST quyidagi ko'rsatkichlar guruhlarini aniqlaydi:

1. Yukni o'z vaqtida yetkazib berish ko'rsatkichlari.
 - a) belgilangan vaqtda yetkazib berish;
 - b) tovarlarning kelishi chastotasi;
 - v) yuklarni tashish zaruriyati.
2. Tashiladigan yuklarning xavfsizligi ko'rsatkichlari.
 - a) yo'qotishsiz;
 - b) zarar etkazmasdan;
 - d) ifloslanishsiz.
3. Iqtisodiy ko'rsatkichlar.
 - a) har xil turdagi yuklarni tashish uchun birlik xarajatlari;
 - b) tovarlarni yetkazib berish uchun aniq xarajatlar;
 - v) yuk ortish-tushirish va omborxonalarni ishlab chiqarish xarajatlari;
 - d) transport xarajatlarining mahsulot (tovarlar) qiymatidagi ulushi.

Ushbu standartga muvofiq transport xizmatlari sifatining ko'rsatkichlari quyidagi asosiy talablarga javob berishi kerak:

- Yuk tashish sifatining iste'molchilar (jismoniy va yuridik shaxslar) ehtiyojlariga muvofiqligini ta'minlash;
- Yuk tashishning barcha xususiyatlarini tavsiflash, ularning yaroqliligini belgilash, shuningdek maqsadlarga muvofiq xaridorlarning aniq ehtiyojlarini qondirish;
- Barqarorlik;
- Yuk tashish sifati darajasini har tomonlama baholashda indiqatorlarning o'zaro almashinishini istisno qilish.

Yuk tashish sifati darajasini oshirish uchun ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifatini vaqti-vaqti bilan tekshirish kerak. Buning uchun iste'molchilar o'rtasida so'rovnomadani foydalanish mumkin.

4.4. Transport hujjatlari

Yuklarni kuzatib boradigan hujjatlarning umumlashtirilgan ro'yxati:

- To'lov varaqasi;
- Hisob-faktura;
- Avtotransportni yuklash dalolatnomasi;
- Agar tovar sanoat mahsuloti bo'lsa, sifat sertifikatini;
- Tashish uchun ishonchnoma;
- Birlashtirilgan bayonnomalar (joylar ro'yxati, seriya raqamlari ko'rsatilgan mahsulotlar ro'yxati).

Tovar tashish varaqasi - bu transport shartnomasi tuzilganligini, tashilayotgan yukni, uni yuklash va tushirish joyini, tashish marshrutining uzunligini va yuk jo'natuvchi va qabul qiluvchining belgilarini o'z ichiga olgan hujjat.

Yuk transportida yuk tashish uchun asosiy hujjat hisoblangan tovar-transport hujjati, shuningdek, quyidagilar uchun asos bo'ladi:

- tovarni yuk tashuvchidan hisobdan chiqarish uchun;
- ushbu inventarizatsiya ob'ektlarini qabul qiluvchiga joylashtirish uchun;
- transport kompaniyasi va yuk tashuvchilar va yuk oluvchilar uchun transport kompaniyasi tomonidan ko'rsatiladigan boshqa xizmatlarning hisobini yuritish;

- taqdim etilayotgan xizmatlar uchun transport kompaniyasi va uning mijoz o'rtasidagi hisob-kitoblar uchun.

Tovar tashish qog'ozi quyidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi:

- schyot-fakturani tuzish sanasi va joyi;
- yuk jo'natuvchining nomi va manzili;
- tashuvchining nomi va manzili;
- tovarlarni qabul qilish sanasi va joyi;
- yetkazib berish uchun mo'ljallangan joy (belgilangan joy);
- qabul qiluvchining nomi va manzili;
- yukning tabiati va uning qadoqlash turi bo'yicha umumiy qabul qilingan belgi, xavfli yuklarni tashishda esa - ularning umumiy qabul qilingan belgisi;
- yukning yalpi og'irligi yoki boshqa o'lchov birliklarida ifodalangan yuk miqdori;
- paketlarning soni, ularning maxsus belgilanishi mavjudligi; joylarning raqamlanishi;
- transport bilan bog'liq to'lovlar (yuk to'lovlari, qo'shimcha to'lovlar, bojxona yig'implari) va yuk shartnomasi tuzilgan paytdan boshlab tovarlar oluvchiga yetkazib berilgunga qadar yig'ilgan boshqa to'lovlar;
- bojxona rasmiylashtiruvi va boshqa proseduralarni bajarish uchun zarur bo'lgan ko'rsatmalar mavjudligi to'g'risidagi ma'lumotlar.

Tovar tashish varaqasida quyidagi qo'shimcha ma'lumotlar bo'lishi mumkin:

- tashish vaqtida yuk ortish taqiqlanganligi to'g'risida ko'rsatma;
- Yuboruvchi tomonidan talab qilinadigan to'lovlar;
- yuk tashish uchun yetkazib berilganda to'lanishi lozim bo'lgan miqdor;
- tovarlarning deklaratsiyalangan qiymati;
- yukni sug'urtalash bo'yicha jo'natuvchining yo'riqnomasi;
- yetkazib berish amalga oshirilgan, shartnoma taraflari kelishgan vaqt; yuk tashuvchi tomonidan tashuvchiga berilgan hujjatlar ro'yxati.

Yo'l Yo'riqnomasi haydovchining ishlab chiqarish vazifalarini (transport) bajarishini tavsiflaydi, shuningdek haydovchi va transport vositalarining ish rejimini, yonilg'i-moylash materiallarini sarflanishini hisobga oladi, operatsion buxgalteriya uchun xizmat qiladi. Yo'nalish varaqasida quyidagi ma'lumotlar mavjud:

1. haydovchining familiyasi, ismi, otasining ismi;
2. haydovchilik guvohnomasining raqami;
3. yo'l-transport hujjatini bergan dispetchering familiyasi, ismi, otasining ismi va imzosi;
4. mexanik tomonidan transport vositasini tekshirish natijasi;
5. transport vositasini marshrutga qo'yishda va marshrutdan qaytishda masofa o'lchagich ko'rsatkichlari;
6. transport vositasining jo'nash va qaytish vaqti;
7. transport vositasining yo'nalishi.

Haydovchining xalqaro transportda tashishda bo'lishi kerak bo'lgan shaxsiy hujjatlar ro'yxati:

1. Safar mamlakatlari uchun kirish va chiqish vizalari, rasmiy passport;
2. Avtomobillarni boshqarish huquqi uchun xalqaro standart sertifikatini, yo'l harakati to'g'risidagi konventsiyaga muvofiq;
3. Chet el valyutasini olib chiqish huquqi to'g'risidagi guvohnoma;
4. Tibbiy sug'urta polisi;
5. Kreditni to'ldirish kartasi (tavsiya etiladi).

Haydovchiga xalqaro transportni boshqarishda ega bo'lishi kerak bo'lgan hujjatlar ro'yxati:

1. To'lov varaqasi (M-1 shakli);
 2. Yo'l harakati to'g'risidagi konventsiyaga muvofiq transport vositasini STSI-da ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi guvohnoma;
 3. Atrof-muhit va texnik talablarga muvofiq xalqaro yuk tashish uchun transport vositasining yaroqliligi sertifikatlari. TIR konventsiyasiga muvofiq xalqaro yuklarni bojxona muhrlari ostida tashish uchun transport vositasini tasdiqlash to'g'risidagi guvohnoma;
 4. Yo'l politsiyasida texnik ko'rikdan o'tish uchun chipta;
 5. Transport vositasi egasining fuqarolik javobgarligini sug'urtalash hujjatlari;
 6. Chet el hududida avtotransportni boshqarish uchun ruxsatnoma (ASMAP yoki joylashgan mamlakat tomonidan beriladi);
 7. Xalqaro tashish huquqini beruvchi litsenziya kartasi;
 8. Tez buziladigan yoki xavfli yuklarni tashish uchun ruxsatnoma (ularni tashishda);
 9. Yaqin va O'rta Sharq mamlakatlariga avtotransport vositasining vaqtincha olib kirilishi va keyinchalik eksport qilinishi kafolati.
- Eksport qilinayotgan tovarlarning har bir partiyasi uchun bitta yetkazib berish hujjati (jo'natma izohi) bo'yicha **sertifikat** beriladi.

Sifat to'g'risidagi sertifikat faqat sanoat tovarlari uchun beriladi va belgilangan shaklda yoki buyurtmachi belgilagan shaklda tuziladi.

Tovarning kelib chiqishi to'g'risidagi sertifikat - bu tovar ishlab chiqarilgan mamlakatni deklaratsiyalashtirilgan hujjatidir.

Haydovchiga xalqaro tashishni amalga oshirishda kerak bo'lgan yuklar uchun hujjatlar ro'yxati:

1. TIR Karnet (xalqaro bojxona pasporti);
2. To'lov varaqasi (texnik tavsiflar, sertifikatlar, sanitariya pasporti va yuk jo'natuvchi tomonidan biriktirilgan boshqa hujjat (CMR yuk belgisi (sifat sertifikati, karantin sertifikati, veterinariya guvohnomasi);
3. Yuk tashuvchisi tomonidan rasmiylashtirilgan yuk bojxona deklaratsiyasi.
4. Tashuvchining javobgarligini sug'urta qilish to'g'risidagi guvohnoma (sug'urta polisining nusxasi);
5. Yuk uchun hisob-faktura;
6. Tovarlarni olib chiqish va olib kirish uchun litsenziya;
7. Avtotransportni teskari yuklash uchun hisob-fakturalar to'plami.

Schot- faktura - bir kompaniyadan boshqa kompaniyaga tovarlarni jo'natishda rasmiylashtiriladigan hujjat.

Hisob-fakturada quyidagi ma'lumotlar mavjud:

- xaridor va sotuvchining tafsilotlari (bitimda ishtirok etuvchi tomonlarning har birining nomi va manzili);
- hisob-faktura raqami;
- yetkazib berish shartnomasining raqami va sanasi va uning shartlari;
- Tovar nomenklaturasiga muvofiq tovar nomi va kodi;
- paketlarning turi va soni;
- yalpi yukning og'irligi;
- birlik narxi va tovarlarning umumiy qiymati;
- schyot-fakturaning sanasi;
- to'lov shartlari;
- sotuvchining muhri.

Maxsus ruxsatnoma - bu maksimal va (yoki) eksenel massa yoki umumiy o'lchamlari yo'llarda harakatlanish uchun belgilangan parametrlardan oshib ketadigan transport vositasining o'tishiga bir martalik ruxsatnoma.

Takrorlash uchun savollar:

1. Asosiy transport guruhlarini nimalardan ajralib turadi ?

2. Transport logistikasi qanday vazifalarni bajaradi?
3. Qanday transport turlarini bilasiz?
4. Konteyner terminallarining vazifasi nimada?
5. Tashuvchilar uchun aloqa tizimlari qanday?
6. Logistika transport tizimiga qanday ta'sir qiladi?
7. Transport xizmatlari sifatining asosiy ko'rsatkichlari qanday?

5-mavzu. LOGISTIKA TIZIMIDA ZAHIRALARNI BOSHQARISH

- 5.1. Moddiy vositalar zaxiralari tushunchalari
- 5.2. Moddiy zaxiralarni barpo etishning zaruriyati
- 5.3. Zaxiralar funktsiyalari
- 5.4. Moddiy vositalar zaxiralarining turlari
- 5.5. Zaxira xolati nazorat tizimining asosiy ko'rsatkichlari

5.1. Moddiy vositalar zaxiralari tushunchalari

Moddiy vositalar zaxiralari tushunchasi logistikadagi muammolardan hisoblanadi, tabiatdan olingan xomashyo tayyor buyum sifatida oxirgi iste'molchiga qadar yetib borguncha u ko'chiriladi, boshqa moddiy vositalar bilan birlashadi, hamda ishlab chiqarish yuzasidan ishlanadi.

Moddiy vositalarni o'tkazish yo'llarining zanjirlari bo'yicha harakatlanib, xomashyo (keyinchalik yarim tayyor mahsulot va tayyor mahsulot) ma'lum davrlarda ushlab qolinib u yoki bu ishlab chiqarish yoki logistik jarayonlarga kirish uchun navbati bilan saqlab turiladi.

Umum tarzda ifodalanish quyidagilardan iborat: moddiy vositalar zaxiralari – bu ishlab chiqarish va muomalaning har xil bosqichlaridagi ishlab chiqarish texnika sohasidagi mahsulotlar, xalq iste'moli buyumlari va boshqa tovarlar bo'lib, shaxsiy yoki ishlab chiqarish iste'moli bo'yicha jarayonlarga kirishi uchun turgan navbatdagi mahsulotlardir.

Agar ishtirokchilar zanjirini boshlang'ich xomashyoni xalq iste'moli buyumiga aylantirish ta'minlanib va bu buyumlarning siljishiga erishilsa, u holda jarayon yagona mexanik konveyer singari ishlab, kutish davri amalda nolga teng bo'lardi. Biroq haqiqiy hayotda bunday bo'lmaydi.

Zaxiralarni barpo etish hamma vaqt xarajatlar bilan bog'liq.

Zaxiralarni barpo etish va ularni saqlab turish bilan bog'liq bo'lgan asosiy xarajatlarni sanab o'taylik:

-to'xtatilgan moliya vositalari;

-maxsus uskunalar bilan jihozlangan binolarni saqlab turish uchun xarajatlari;

-maxsus xodimlarning mehnatiga to'lanadigan ish haqi;

-doimiy ravishda isrofgarchilik, o'g'irlanish yuzasidan bo'ladigan xavf-xatarlar.

Zaxiralarning mavjudligi bu xarajatlardir. Shu bilan birgalikda zaxiralarning bo'lmasligi ham xarajatlar bo'lib, turli xilda ifodalanadigan zararlardir. Zaxiralarning bo'lmasligi bilan bog'liq bo'lgan asosiy zararlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

-ishlab chiqarishning to'xtaganligi sababli bo'ladigan zararlar;

-talab qilingan paytda tovarning omborda bo'lmasligi sababli vujudga keladigan zararlar;

-kichik to'plamdagi tovarlarning ancha yuqori qiymatda sotib olish yuzasidan vujudga kelgan zararlar.

Zaxiralarni sanab turish ma'lum darajadagi xarajatlar bilan bog'liq bo'lganligiga qaramasdan, tadbirkorlar ularni barpo etishga majburlar, chunki zaxiralarning bo'lmasligi foydaning ko'proq qismini yo'qotishga olib keladi.

5.2 Moddiy zaxiralarni barpo etishning zaruriyati

Moddiy vositalar zaxiralarni barpo etish bilan tadbirkorlar rahbarlikka asoslanadigan asosiy moyilliklarni sanab o'taylik.

Talabning o'zgarib turish imkoniyatlari (chiqariladigan moddiy oqim jadallashuvining kutmagan holda kamayishi). Tovarlariga bo'lgan talablar hamma vaqt o'zgarib turadi, hamda ularni oldindan bilish imkoniyatlari bo'lavermaydi.

Shu boisdan, yetarli ravishdagi kafolatli zaxiralarga ega bo'linmasa, to'lash qobiliyatiga ega bo'lingan talablar qondirilmaydi, ya'ni tadbirkor peshtaxtalarda tovarsiz qolishiga hamda mijozning xarid qilmasdan jo'natib yuborishga majbur bo'lib qoladi.

Ayrim tovar turlariga bo'lgan talablarning mavsumiy o'zgarib turishi. Asosan bular qishloq xo'jalik mahsulotlariga taaluqlidir.

Talablarni joylashtirish va yetkazib berish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarni kamaytirish.

Har bir yangi talabdagi tovarni rasshotlashtirish va yetkazib berish jarayonlari qator chiqimlar bilan bog'liqdir:

-ma'muriy xususiyatdagi chiqimlar tovar yetkazib beruvchilarni topish bilan bog'liq bo'lib, ular bilan muzokaralar olib borish, safar xarajatlari, shaxarlararo aloqa xarajatlari va h.k. tashkil qiladi;

-talablarni transport orqali tapshish xarajatlari;

Bu xarajatlarni kamaytirish uchun talablar miqdoriga pasaytiriladi, hamda u talab qilinadigan hajmning ko'payish bilan bog'liq bo'lib, binobarin, zaxiralar miqdorining ortishiga olib keladi.

Belgilangan yetkazib berish jadvalining buzilish ehtimoli (moddiy vositalar oqimining kiritilish jadalligining kutilmagan hollardagi kamayishi). Bunday hollarda zaxiralar shuning uchun zarurki, bunda savdo jarayonlari to'xtatiladi, bunda savdo korxonaning foydasi shakllanadigan tovarlar uchun o'ta muhimdir.

Ishlab chiqarishning uzluksiz davri bo'yicha jarayonlarda ish olib boradigan ishlab chiqarishda ko'zda tutilmagan holatda to'xtab qolishlar ancha xavflidir.

Buyumlar birligini ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarini kamaytirishda buyumlarni ularga talablarning ortishiga qarab kichik to'plamlar bilan chiqarish mumkin. U holda zaxiralar unchalik ko'p bo'lmaydi, biroq doimiy ravishdagi ishlab chiqarishning qayta moslashtirilish buyumlarning tannarxiga vazminlik tug'diradi. Boshqacha usullardan biri-bu ko'p miqdordagi tovar to'plamini chiqarib tayyor mahsulotni zaxirada saqlab turishdir. Bunday hollarda ishlab chiqarishga buyumlarni qo'yish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlari, ko'p miqdordagi buyumlarning soniga taqsim qilinadi, bunda zaxiralarning ko'payishiga qaramasdan uning birligining tannarxi pasayishi mumkin.

Taqsimot tizimida zaxiralarning mavjudligi sotish jarayonlarini bir tekis amalga oshirgan bilan ishlab chiqarishdagi vaziyatga qaramaydi.

O'z navbatida, ishlab chiqarish zaxiralarning mavjudligi xom ashyolarni yetkazib berishdagi notekisliklarga barham berib, ishlab chiqarish jarayonlarini bir xilligini ta'minlaydi.

Xaridorlarga tezkorlik bilan xizmat ko'rsatish imkoniyatlari. Xaridorlarning talablarini bajarish uchun quyidagi usullarning birini tanlash mumkin:

-talab qilingan tovarlarni ishlab chiqarish;

-talab qilingan tovarlarni sotib olish;

-talab qshgangan tovarni mavjud zaxiradan tez orada olib berish;

Keyingi usul, odatda, ancha qimmatliroq bo'lib hisoblanadi, chunki ma'lum darajadagi zaxiraga ega bo'lishni talab etadi.

Biroq raqobat sharoitida berilgan talabning o'z vaqtida qondirilshi xaridor uchun kurash jarayonida eng muhim bo'lib hisoblanishi mumkn.

Zaxira qismlarning yo'qligi tufayli ishlab chiqarishning to'xtab qolishini eng kam darajaga keltirish. Uskunalarining ishdan chiqishi, turli xildagi halokatlar zaxiralarning mavjud bo'lmasligi tufayli ishlab chiqarish jarayonlarining to'xtab qolishiga olib kelishi mumkin.

5. 3. Zaxiralar funktsiyalari

Zaxira logistikasini aniqlashdan oldin, biz zaxira nima ekanligini bilib olamiz. Zaxira har qanday iqtisodiy tizimning ajralmas elementi bo'lib, ishlab chiqarish, ayirboshlash, taqsimlash va iste'mol qilish, moddiy boyliklarning notekisligini yo'q qiladi. Zaxiralarning mavjudligi korxonada iqtisodiyotidagi ijobiy va salbiy holatlar sifatida ko'rib chiqilishi mumkin. Ortiqcha zaxiralar sezilarli moliyaviy resurslarni yo'naltiradi.

Tovar-moddiy zaxiralar - bu sanoat iste'moli uchun mo'ljallangan har xil turdagi moddiy resurslar. Biz zaxiralarni shakllantirishning asosiy sabablarini ajratib ko'rsatamiz:

- Yetkazib berish hajmining bir martalik iste'mol hajmiga nomuvofiqligi;
- materiallar qabul qilingan payt va uning iste'moli o'rtasidagi vaqt oralig'i;
- hududning iqlim sharoiti; - transport xarajatlarini pasaytirish.

Zaxira logistikasi - omborlarda tovar-moddiy zaxiralarni boshqarish va tashkil etish bilan shug'ullanadi va ombor operatsiyalarining xarajatlarini nazorat qiladi. Keyingi, zaxiralar qanday funktsiyalarni bajarishini ko'rib chiqamiz:

1. **Yig'ish funktsiyasi** zaxiralarning asosiy funktsiyasidir. Masalan, yozda mahsulotga talab yuqori bo'lsa, yozgi talabni ta'minlash uchun qish mavsumida ishlab chiqarishni ko'paytirish kerak. Shunday qilib, ishlab chiqarish mahsulotlarining to'planishi zaxiralarning yetishmasligi tufayli yo'qotishlardan qochadi.

2. **Inflyatsiyani himoya qilish funktsiyasi.** Naqd pulni bankka qo'yib, kompaniya yaxshi daromad keltirishi mumkin. Bankka qo'yilgan pulga qaraganda zaxiralarning qiymati tezroq o'sishi mumkin. Binobarin, zaxiralar yaxshi sarmoyadir, ammo saqlash xarajatlari va xavflarini hisobga olish kerak.
3. **Xarajatlarni boshqarish funktsiyasi.** Buyurtma hajmining o'zgarishi chegirmalar olish uchun buyurtmaning hajmini o'zgartirishi bilan, aks holda zaxiralarni ko'paytirib, biz boshqa loyihalarga sarmoya kiritish imkoniyatini kamaytiramiz.

Zaxira tushunchasi tanqislik tushunchasi bilan uzviy bog'liqdir. Kamchilikning quyidagi turlari ajratiladi:

- tabiiy (ma'lum turdagi resurslarning etishmasligi);
- texnologik (ular kerakli narsani qilmaganliklari sababli shakllangan);
- sun'iy (sun'iy ravishda paydo bo'lgan).

Agar tanqislik ehtimoli mavjud bo'lsa, vaziyatdan qat'i nazar, ishlab chiqarishning zarur darajasini ushlab turishga imkon beradigan zaxiralarni yaratish kerak.

5.4. Moddiy vositalar zaxiralarning turlari

Yuqorida bayon etilganidek, zaxira tushunchasi moddiy vositalar zaxiralarning ishlab chiqarishdagi barcha sohalarni o'z ichiga oladi, chunki moddiy oqim ishlab chiqarishning xomashyodan tortib oxirgi iste'molchiga qadar bo'lgan harakat jarayonlarida zaxira sifatida har qanday bo'limda to'planishi mumkin. Bunda har bir bo'linmadagi zaxiralarni boshqarish o'ziga xos xususiyatlariga ega bo'ladi.

Xomashyoni oxirgi buyumga aylantirishi yo'lida va bu buyumning keyingi harakat jarayonida iste'molchiga sotib borguncha ikkita asosiy zaxira turlari barpo etiladi:

-ishlab chiqarish zaxiralari;

-tovar zaxiralari:

Ularning har biri o'z navbatida uchta turga bo'linadi:

-joriy zaxiralar;

-sug'urta zaxiralari;

-mavsumiy zaxiralar;

Aytib o'tilgan zaxiralarning har birini tavsiflab chiqaylik.

Ishlab chiqarish zaxiralari bular moddiy vositalar ishlab chiqarish sohalari doirasidagi korxonalar ixtiyoridagi ishlab chiqarish

iste'moliga mo'ljallangan zaxiralardir. Ishlab chiqarish zaxiralarini barpo etishdan asosiy maqsad ishlab chiqarish jarayonlarining uzluksiz ishlashini ta'minlashdan iborat.

Tovar zaxiralari-bular tayyorlovchi korxonalaridagi tayyor mahsulotlarning zaxirasi, shuningdek tovarlarning yetkazib beruvchidan iste'molchigacha bo'lgan yo'llar davomidagi zaxiralar, ya'ni ulgurji korxonalar, mayda ulgurji va chakana savdo omborlar, tayyorlovchi tashkilotlar va yo'ldagi yetib kelmagan zaxiralar hisoblanadi. Tovar zaxiralari, masalan, tayyorlangan mahsulotlar zaxirasining korxonada turgan mahsuloti ham kiradi.

Tovar zaxiralari o'z navbatlarida ishlab chiqarish vositalarining zaxiralari va iste'mol buyumlari tovarlarining zaxiralari bo'linadi. Masalan, metallurgiya kombinatining metallprokat mahsulotlarining zaxiralari sotish xizmati omborida turgan zaxiralar ishlab chiqarish vositalari zaxirasiga kiradi (metallprokat sotish uchun tayyorlangan, biroq xaridor uni ishlab chiqarishga sarflaydi).

Iste'mol buyumlarining zaxiralari misoliga xalq iste'moli uchun sarf qilinadigan tovarlarning ombordagi zaxiralarini kiritish mumkin. Yuqorida bayon etilganidek, ishlab chiqarish va tovar zaxiralari joriy, kafolat va mavsumiy zaxiralarga bo'linadi.

Joriy zaxiralar-bular ishlab chiqarish va tovar zaxiralariining asosiy qismi hisoblanadi.

Zaxiralarning buvday qismi navbatdagi yetkazib berishlar oralig'ida ishlab chiqarish va savdo jarayonlarining uzluksizligini ta'minlaydi. Joriy zaxiralarning ko'rsatkichlari doimiy ravishda o'zgarib turadi (zaxiralar ishlab chiqarish va savdo jarayonlarining talablarini ta'minlagani holda - «oqib» chiqadi).

Sug'urtalash zaxiralari-ular tovar zaxiralari bilan ishlab chiqarish va savdo jarayonlarini uzluksiz ravishda favqulodda holatlarda ta'minlashni nazarda tutadi.

Tovar-moddiy zaxiralar quyidagicha tasniflanadi:

Ishlab chiqarish Zaxiralar - korxonalarda shakllanadigan, ishlab chiqarishning uzluksizligini ta'minlash uchun mo'ljallangan zaxiralar;

Tovar Zaxiralar - korxonaning omborlarida, muomalada bo'lgan tayyor mahsulotlar zaxiralari (tranzit zaxiralari, savdo korxonalaridagi zaxiralar);

Hozirgi zaxiralar - ketma-ket yetkazib berish o'rtasida material oqimining uzluksiz harakatlanishini ta'minlaydigan zaxiralar. Ular

ishlab chiqarish va inventarizatsiyaning katta qismini tashkil etadi. Ularning qiymati buyurtmaning keyingi partiyasini olish paytida eng yuqori va uni tugatish paytida minimal bo'ladi.

Shuningdek, zaxiralarning quyidagi turlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

Tayyor zaxiralar - ishlab chiqarish va inventarizatsiya bo'yicha ajratilgan zaxiralar.

Kafolatlangan zaxiralar - ishlab chiqarish (savdo)ga uzluksiz yetkazib berilishini ta'minlash uchun mo'ljallangan doimiy o'lchov zaxiralari, masalan, yetkazib berishning rejalashtirilganidan chastota yoki miqdorning o'zgarishi, iste'molning o'zgarishi, talabning o'zgarishi, yetkazib berishda kechikishlar va boshqalar korxonada mavjud bo'lgan normal sharoitda daxlsizdir.

Mavsum zaxiralar - ishlab chiqarishning mavsumiy tabiati, moddiy ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish, transportda shakllangan zaxiralar.

Tashish zaxiralari - bitta bazaning oxiri va hisobot davri boshidagi moddiy zaxiralar.

Eng kerakli zaxira - ko'rib chiqilayotgan inventarizatsiyani boshqarish tizimidagi eng katta iqtisodiy maqsadga muvofiq zaxiralar. Keyingi buyurtma to'plami yetkazib berilishi yoki keyingi buyurtma berilishi kerak bo'lgan zaxira qiymati zaxiraning eng yuqori darajasi deb ataladi. Zaxira me'yori mahsulot ishlab chiqarish (sotish) ni uzluksiz yetkazib berishni ta'minlash uchun ishlab chiqarish (savdo) korxonasida bo'lishi kerak bo'lgan ishchi kuchining minimal miqdoridir.

Har bir zaxira turini o'lchash mumkin:

- a) turini (birlik, m²) darajasini aniqlash uchun muayyan turdagi mahsulotning zaxiralari bilan ta'minlash;
- b) qiymat nuqtai nazaridan, qancha manbalar va qancha mablag'lar borligini bilishingiz kerak. Aksiyalarning umumiy qiymati va mahsulotni sotish, xarajatlar va boshqa ko'rsatkichlar bilan taqqoslash uchun qanday narx kerak.
- c) xavfsizlik kunlarida (kerakli miqdordagi zaxiralar kunlik o'rtacha qiymatga bo'linadi).

5.5. Zaxira holati nazorat tizimining asosiy ko'rsatkichlari

Ushbu bo'limda ko'p uchraydigan nazorat tizimining zaxiralar ko'rinishdagi holatlari batafsil bayon etilgan:

-zaxiralarni eng yuqori darajada to'ldirib turishning davrlar bo'yicha saqlab turish tizimi;

-haqiqiy zaxira darajasining uzluksiz tekshirib turishdagi belgilangan miqdor tizimi.

Birinchi tizimni qo'llashda korxonada tomonidan mahsulot yetkazib beruvchiga talab jo'natilgan bo'lib u o'zgarmaydi. Masalan, har dushanba kuni firma menedjeri tovarlar qoldig'ini ko'rib chiqib, oldindan belgilab qo'yilgan eng yuqori me'yorga yetkazish uchun qo'shimcha talab qo'yadi.

Ikkinchi usulning mohiyati shundan iboratki, qaysidir tovarning zaxirasi belgilangan eng kichik miqdorga yetishi bilan ushbu tovarga qo'shimcha talab qo'yiladi.

Bunda talab qilinadigan tovar to'plamining miqdori doimiy ravishda bir xilda bo'ladi (zaxira miqdorining belgilab qo'yilgan miqdori). Aytib o'tilgan tizimlarni batafsilroq ko'rib chiqaylik.

Eng yuqori darajagacha bo'lgan holatini nazorat qilish bir xil vaqtlar o'rtasida qoldiqlarni sanoq qilish yo'li bilan amalga oshiriladi. Tekshirishlar natijalariga qarab talabnomalar tuzilib, yangi tovar to'plami olinadi.

Talab qilinadigan tovar to'plamining miqdori tovar zaxirasining eng yuqori me'yorida ko'zda tutilgan va tekshirish davridagi haqiqiy zaxira o'rtasidagi farq bilan belgilanadi.

Talablarni ijro etish uchun ma'lum vaqt davri talab etilgani bois, talab etiladigan to'plamning miqdori ushbu davr davomida sarf qilinadigan tovar miqdoriga ko'paytiriladi.

Talab qilinadigan to'plamning miqdori (T) quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$T q 3 maks - (3 fak - 3 t.b)$$

bunda, 3 maks - me'yorda belgilangan eng yuqori zaxira;

3. fak - tekshirish davomidagi haqiqiy zaxira;

3 t.b - talablarni joylantirish va bajarish davomidagi sarf qilinadigan zaxira;

Amalda bu tizim bo'yicha ko'p tovarlar ichida birortasiga talab qo'yilib, bir tovar yetkazib beruvchining o'zidan olinib, talab darajasi nisbatan bir xilda bo'lgan, kam qimmatli tovarlar hisoblanadi va x.k.

Zaxiralar holati darajasini uzluksiz tekshirib turish sharoitida

talablar miqdorini saqlab turish tizimi (zaxira darajasining yaqin o'rtadagi miqdori). Zaxiralar holatini nazorat qilishning bunday tizimida zaxiralarni to'ldirish uchun talab miqdori doimiy ko'rsatkich bo'lib hisoblanadi. Vaqt oraliqlari talablarni joylashtirish davomida har xil bo'lishi mumkin.

Bunday tizimda me'yoriy ko'rsatkichlar bo'lib talab miqdori hisoblanadi, hamda talablarni joylashtirish davridagi zaxira miqdoriga qaraladi (zaxira darajasining yaqin o'rtadagi miqdori yoki talab nuqtasi sug'urta miqdori ko'rsatkichidir).

Yetkazib berish uchun talablar mavjud zaxiralarning talab nuqtasiga kamaygani hollarida qo'yiladi.

Zaxiralar holatini nazorat qilish tizimining umumiy xususiyatlari

Zaxiralarni boshqarish ularning haqiqiy xolatini nazorat qilishni boshqarishni nazarda tutadi.

Zaxiralar holatni nazorat qilish-bu ishlab chiqarish-texnika vazifalari uchun mo'ljallangan zaxiralar darajasini xalq ists'moli buyumlarining va x.k, zaxiralarni saqlash me'yorlariga nisbatan o'zgarishlarning sodir etilishi va bu o'zgarishlarni bartaraf etish maqsadida tezkorlik bilan chora ko'rish uchun o'rganish va tartibga solishni o'z ichiga oladi.

Zaxiralar holatini nazorat qilishning zarurati zaxiralar haqiqiy holatining me'yorlarda ko'rsatilgan doirasida: chiqib ketgan hollarida xarajatlarni orttirish shart-sharoitlarini nazarda tutadi.

Zaxiralarni nazorat qilish ularni hisobga olish ma'lumotlari asosida o'tkaziladi va uzluksiz ravishda yoki ma'lum davrlarda amalga oshiriladi.

Amalda nazoratning turli usullari qo'llanilib, ularni quyidagi xususiyatlari bo'yicha tabaqalash mumkin;

-tekshirish tartibi: davriy yoki uzluksiz.

-zaxira me'yoriy darajasi mavjudligi yoki yo'qligi;

-talab qilinadigan to'plamning ko'rinishi: bir xilda yoki har xil.

Zaxiralar holatini nazorat qilish, hamda yetkazib beruvchiga bo'lgan talabning shakllanishi quyida bayon etilgan tizimlarning biri orqali amalga oshirilishi mumkin.

Tezkor boshqaruv tizimi. Ma'lum vaqt o'tgandan so'ng «talab qilinadimi» yoki «talab qilinmaydimi», agar talab qilinsa, u holda tovarning qancha birligi miqdorda va hk. kabi tezkor xulosaga

kelinadi.

Bir xilda yetkazib berish tizimi. Bir xildagi vaqt birligida tovar birligining ma'lum miqdori talab qilinadi.

Yuqori darajadagi zaxira miqdorini to'ldirish tizimi. Bunday hollarda bir xil vaqt oralig'ida tovarlar to'plami talab qilinib, ularning hajmi, ya'ni tovar birligining miqdori, eng yuqori zaxiralar miqdorining tekshirish o'tkazilgan davrdagi haqiqiy zaxiralar darajasi o'rtasidagi farqqa teng bo'ladi.

Zaxiralar darajasining haqiqiy holatini davriy tekshirishdagi mustahkam talablar miqdorining tizimi (zaxira miqdori) tekshirib turiladi. Doimiy tovarlar talabiga ehtiyoj shunday sharoitlarda seziladiki, tekshirish davridagi tovarlar zaxirasi belgilangan tovar miqdorlariga teng yoki undan kamroq bo'lishi mumkin. Aks holda, talab qilmaslik haqida qarorga kelinadi.

Haqiqiy zaxira darajasini uzluksiz ravishda tekshirishda talab miqdorini mustahkamlash tizimi (zaxira darajasining yaqin o'rtadagi miqdori).

Zaxiralar bilan yaqin o'rtadagi miqdorga yetganda tovarlar to'plami doimiy hajmda talab qilinib turiladi. Zaxiralar darajasining haqiqiy holatini davriy ravishda tekshirishdan o'tkazilganidagi ikkita darajali tizim (zaxira darajasining yaqin o'rtadagi miqdori). Tovar zaxiralarning haqiqiy darajasi bir xil vaqt oraliqlarida tekshirib turiladi. Agar ular eng kichik miqdordan kam bo'lsa, yoki unga teng bo'lsa, u holda tovar to'plamini talab qilish haqida qarorga kelinadi eng yuqori tovar zaxiralari bilan tekshiruv davomidagi haqiqiy zaxiralar o'rtasidagi farqning talablarni bajarish davrida kutilayotgan tovarni sotish miqdoriga ko'paytiriladi.

Talab qilinadigan to'plamning miqdori eng yuqori tovar zaxirasiga teng bo'lgan farqqa va zaxira darajasining yaqin o'rtadagi miqdoriga qarab belgilanadi, hamda talabni bajarish vaqtidagi kutilayotgan xarid miqdoriga ko'paytiriladi.

6- mavzu. LOGISTIK TIZIMDA MAHSULOTLARNI OMBORGA JOYLASHTIRISH VA OMBORDA QAYTA ISHLASH TIZIMI

- 6.1. Ombor faoliyatining asosiy tushunchalari
- 6.2. Omborni tasniflash
- 6.3. Omborni tashkil qilish shakllari.
- 6.4. Ombordagi mahsulotlar zaxiralarini hisobga olish va nazorat qilish usullari
- 6.5. Ombor faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari

6.1. Ombor faoliyatining asosiy tushunchalari

Omborxonalar logistikasi - bu omborxonadagi material oqimini konvertatsiya qilish jarayonida amalga oshiriladigan o'zaro bog'liq operatsiyalar majmui.

Omborlar logistikasini o'rganish ob'ekti - ularni saqlash, yuklarni qayta ishlash va qadoqlash jarayonida inventarizatsiya buyumlari.

Omborxonalar - bu logistika kanali ishtirokchilari tomonidan zaxiralarni saqlash va zaxiralarning saqlanishini, ularni oqilona joylashtirishni, hisobga olishni, doimiy yangilashni va xavfsiz ishlash usullarini o'z ichiga olgan logistik operatsiya.

Ombor - bu mahsulotni qabul qilish, joylashtirish, saqlash, qayta ishlash, iste'molchilarga yetkazib berish uchun mo'ljallangan murakkab texnik struktura (bino, turli xil asbob-uskunalar va boshqa qurilmalar).

Logistika tizimida omborlardan foydalanishning asosiy sabablari quyidagilar:

1. iqtisodiy tomonlarda transportni tashkillashtirish tufayli transportda logistika xarajatlari kamayishi;
2. sug'urta va mavsumiy zaxiralarni yaratish orqali • yetkazib berish va taqsimlashda talab va taklifni muvofiqlashtirish va tenglashtirish;
3. moddiy-texnik resurslarning zaxiralarini yaratish orqali uzluksiz ishlab chiqarish jarayonini ta'minlash;
4. mahsulotlar assortimentini shakllantirish orqali iste'mol talablarini maksimal darajada qondirishni ta'minlash;
5. faol savdo strategiyasini saqlab qolish uchun sharoit yaratish;

6. bozorlarning jug'rofiy qamrovi oshirish;
7. xizmatlarning moslashuvchan siyosatini ta'minlash.

Omborlarning o'rni va joylashishini tahlil qilishda ularni ierarxiyaning turli darajalarida - milliy, mintaqaviy, mahalliy va sanoat miqyosida ko'rib chiqish tavsiya etiladi.

- Milliy darajada ombor tizimini yaratish muammolari ko'p jihatdan texnik emas, balki iqtisodiy, strategik va ijtimoiy jihatlardir. Milliy transport va saqlash infratuzilmasi - bu yirik iqtisodiy hududlarning infratuzilmalarini bog'laydigan kengaytirilgan tizim bo'lib, unga sanoat korxonalarini va korxonalarining tegishli infratuzilmasi kiradi.
- Viloyat miqyosida omborxonalarining qiymati yangi hududiy- ishlab chiqarish majmualarining rivojlanishi va yaratilishi bilan bog'liq bo'lib, bunda sanoat maqsadlari uchun mahsulotlar va iste'mol tovarlari turlari uchun yirik kombinatsiyalangan ombor bazalarini yaratish tavsiya etiladi.
- Ombor infratuzilmasining mahalliy darajasida omborlarning joylashishi va ishlashi yuk tashish va sanoat zonalari, sanoat korxonalarini va transportning umumiy samaradorligiga sezilarli darajada ta'sir qiladi.
- Ishlab chiqarish darajasida ular korxonalarda ishlab chiqarishning asosiy jarayonlarining umumiy ritmi va tashkil etilishiga, ichki va tashqi transportning joylashishi va ishlashiga, sanoat mahsulotlari narxiga va ishlab chiqarish samaradorligining boshqa ko'rsatkichlariga ta'sir qiladi.

Omborning asosiy vazifalari:

- omborning foydali maydonini aniqlash;
- ishlov berish uskunasining maqbul miqdorini aniqlash;
- ishlov berish uskunasining optimal yuklanishini aniqlash;
- omborning foydali maydonidan maqbul foydalanish strategiyasini ishlab chiqish;
- ombor sig'imidan foydalanishni optimallashtirish;
- mahsulotni saqlash vaqtini qisqartirish;
- Ombor aylanmasi koeffitsientining oshishi.

Omborning asosiy funksiyalari:

1. **yuklarni birlashtirish.** Transport xarajatlarini qisqartirish va iste'molchining yuk tushadigan joyida transport tiqilib

- qolishining oldini olish uchun ombor ma'lum bir savdo maydonchasiga yuboriladigan katta miqdordagi aralash partiyalarga tovarlarni birlashtirish vazifasini bajarishi mumkin;
2. **tovarlarni ajratish.** Ombor bir nechta mijozlar uchun mo'ljallangan ishlab chiqaruvchilardan tovarlarni qabul qiladi, buyurtmalarga muvofiq ularni kichik qismlarga ajratadi va har bir iste'molchiga yuboradi (yetkazib beradi);
 3. **zaxiralarni to'plash va saqlash.** Zaxiralarning konsentratsiyasi va saqlanishini ta'minlash resurslar manbalari va iste'mol talabining o'zgarishi bilan bog'liq cheklashlar sharoitida doimiy ishlab chiqarish yoki yetkazib berishni ta'minlaydi;
 4. **assortimentni boshqarish.** Mijoz buyurtmalarini kutib olishda mahsulot assortimentining shakllanishi buyurtmalarni samarali bajarilishiga va mijoz talab qiladigan hajmda tez-tez yetkazib berishni amalga oshirishga olib keladi;
 5. **to'liq yuklar to'plami.** Agar korxonalar jug'rofiy jihatdan tarqalib ketgan bo'lsa, tovarlarni qayta saralash va tranzit yig'ib olish qulay oraliq omborda amalga oshiriladi. Terminalga kelgandan so'ng transport vositalari tushiriladi va ma'lum mijozlar yoki bozorlar uchun konsolidatsiyalangan partiyalarda yig'iladi;
 6. **Ishlab chiqarish jarayonlarining asinxron tekislash** Omborda ishlab chiqarish jarayonining individual operatsiyalari o'rtasidagi izchillikka erishish uchun moddiy-texnik resurslar zaxirasi shakllantiriladi;
 7. **xizmatlarni taqdim etish.** Ombor tomonidan xizmatlarning to'rtta asosiy guruhi mavjud:
 - moddiy xizmatlar (yetkazib berish, etiketlash, qadoqlash)
 - tashkiliy va tijorat (transport agentliklari bilan shartnomalar tuzish, yuk tashish hujjatlarini tayyorlash va yetkazib berish, kredit hisobotlari, saqlangan tovarlarga qarz berish, qayta taqsimlash yoki komissiya asosida ortiqcha moddiy boyliklarni sotish va h.k.);
 - saqlash (moddiy boyliklarni vaqtincha saqlash uchun qabul qilish, saralash, ombor maydonini ijaraga berish va boshqalar); transport va ekspluatatsiya (ekspeditorlik xizmatlari bilan tushirish).

8. ichki va tashqi iste'molchilarning buyurtmalariga muvofiq va talabga muvofiq **mahsulot assortimentini iste'molchiga aylantirish**;
9. mahsulotlarni ishlab chiqarish va iste'mol qilish o'rtasidagi vaqtincha, miqdoriy va assortimentdagi bo'shliqlarni tenglashtirish uchun **mahsulotlarni omborga joylashtirish va saqlash**. Ushbu funktsiya ishlab chiqarilgan mahsulot zaxiralari asosida, shuningdek ayrim mahsulot turlarini mavsumiy iste'mol qilish bilan bog'liq holda uzluksiz ishlab chiqarish va yetkazib berishni amalga oshirishga imkon beradi;
10. **mahsulotlar zaxiralarining kerakli darajasini nazorat qilish va ta'minlash.**

Vaqtli muvofiqlashtirish mahsulotga bo'lgan talabning paydo bo'lishi va paydo bo'lish vaqti ishlab chiqarish vaqtiga to'g'ri kelmagan hollarda amalga oshiriladi. Miqdorni tenglashtirish ommaviy ishlab chiqarishni anglatadi. Resurslarning umumiy narxini pasaytirish uchun hozirgi talabdan kelib chiqqan holda ko'proq mahsulotlar ishlab chiqarilmoqda.

Agar ishlab chiqarish joyi mahsulot iste'molchisining joylashuviga mos kelmasa, **hajmlarni tenglashtirish** talab qilinadi. Bu mahsulotlarni tashishni talab qiladi.

Assortimentni moslashtirish keng mahsulot turlarini ishlab chiqaradigan korxonalar uchun xarakterlidir; turli vaqtlarda talab qilinadi. Iste'molchilar ishlab chiqarish dasturiga kiritilgan mahsulotlarning barchasiga buyurtma bera olmasliklari sababli, talabni tenglashtirish uchun omborxonadan foydalaniladi, bu yerda mahsulotning barcha assortimenti saqlanadi.

Omborni tashkil qilish uchun talablar:

- kompaniyaning omborlari ixtisoslashgan, chunki turli xil fizik-kimyoviy xususiyatlarga ega mahsulotlar turli xil saqlash rejimlarini talab qilishi mumkin;
- omborxonada mahsulotlarni saqlash uchun tokchalar, javonlar, shkaflar va tortmalar bilan jihozlangan;
- har bir turdagi mahsulotga mahsulot nomi, uning nomi raqami, markasi, navi, o'lchami, o'lchov birligi ko'rsatilgan holda etiketlanadi. Yorliq ushbu turdagi mahsulotni saqlash joyiga biriktirilgan;

- Yonuvchan moddalar ular uchun maxsus moslashtirilgan, boshqa omborlardan ajratilgan va yong'inga qarshi uskunalarga ega xonalarda saqlanadi;
- ochiq saqlash materiallari (g'isht, qum, shag'al, metall va boshqalar) ularni maxsus yog'ingarchilik ta'siridan himoya qiladigan soyabon ostida maxsus mo'ljallangan omborxonaga joylashtiriladi.

Shtrixli kodlash texnologiyasini joriy qilish uchun omborni tashkil qilishning asosiy talablari:

- omborga kiradigan mahsulotlarning kamida 80% shtrixli kod bilan belgilanishi kerak;
- omborda mahsulotlarni qabul qilish va taqsimot punktlari avtomatlashtirish tizimiga ulangan skanerlash uskunalari bilan jihozlangan bo'lishi kerak;
- Skanerlash uskunalari foydalanish shartlari va ishonchlilik talablariga javob berishi kerak.

Omborda mahsulotlar uchun shtrixli kodlash tizimini joriy etish shartnomasi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- dastlabki tadqiqotlar;
- to'liq hajmdagi texnik topshiriqni tayyorlash;
- uskunalarni yetkazib berish va ulash;
- avtomatlashtirish tizimining dasturiy ta'minotini ishlab chiqish;
- tizimni o'rnatish;
- xodimlarni o'qitish va tizimni ishga tushirish.

6.2. Omborni tasniflash

Ombor tasnifi:

- logistikaning funktsional asosiy yo'nalishlari bo'yicha:
- yetkazib berish, ishlab chiqarish, taqsimot omborlari;
- saqlanadigan mahsulot turlari bo'yicha: xom ashyo omborxonalari, butlovchi buyumlar, butlovchi qismlar, tayyor mahsulotlar, idishlar, qoldiqlar va chiqindilar, asbob-uskunalar;
- mulkchilik shakllari bo'yicha: korxonalarining shaxsiy omborlari, savdo omborlari (umumiy foydalanish uchun), ijaraga olingan omborxonalar;
- o'zining funktsional maqsadiga muvofiq: saralash va taqsimot omborlari, taqsimot omborlari, mavsumiy yoki uzoq muddatli

saqlash, tranzit-ortish (yuk terminallari), mahsulot (ishlab chiqarish) yetkazib berish, savdo;

- mahsulot ixtisoslashuvi bo'yicha: ixtisoslashgan, ixtisoslashtirilmagan, maxsus, universal, aralash;
- texnik jihozlarda: qisman mexanizatsiyalashgan, mexanizatsiyalashgan, yarim avtomatlashtirilgan, avtomatlashtirilgan;
- tashqi kirish yo'llarining mavjudligi bo'yicha: temir yo'l bilan, avtomobil yo'llari bilan;
- texnik vosita (dizayn) bo'yicha; ochiq omborlar (saytlar), yarim yopiq omborlar, yopiq omborlar;
- binoning qavat soniga ko'ra: ko'p qavatli, bitta qavatli (balandligi 6 m gacha, baland qavatli (6 m dan ortiq), baland qavatli javon (10 m dan ortiq), balandligi farqi bilan).

Sanoat omborlari mahsulotlarni nisbatan doimiy va bir xil nomenklaturada qayta ishlaydi. Mahsulotlar omborga kelib, ma'lum bir chastota va qisqa saqlash muddati bilan omborni tark etadilar. Asosan ombor ishlarini mexanizatsiyalash va avtomatlashtirishning yuqori darajasi talab qilinadi.

Xom-ashyo omborlari ko'p miqdordagi bir xil mahsulotlar bilan ishlaydi. Mahsulotlar nisbatan doimiy tovar ayirboshlash bilan tavsiflanadi.

Ishlab chiqaruvchilarning mintaqaviy taqsimot omborlari (filial omborlari) qadoqlash va buyumlarni qayta ishlashni amalga oshiradi. Taqsimot (distribyutor) omborlari (markazlari) ishlab chiqarish assortimentini tijorat assortimentiga aylantiradi. Turli xil iste'molchilarni, shu jumladan chakana savdoni ta'minlaydi. Asosan mahsulotlarni ko'chirish va qayta ishlash uchun mo'ljallangan (konsolidatsiya, qadoqlash, mahsulotni o'rash va markalash), saqlash uchun emas. Ular turli xil yetkazib beruvchilardan mahsulotlarni qabul qilish, buyurtmalar qabul qilish, ularni qayta ishlash va mijozlarga mahsulotlarni yetkazib berish uchun mo'ljallangan katta avtomatlashtirilgan ombor bo'lishi mumkin.

Saralash va taqsimot omborlari mahsulotlarning hozirgi zaxiralarini to'plash uchun mo'ljallangan. Ushbu omborlarda qisqa vaqt davomida saqlash moslamalari mavjud. Bunday omborlarning asosiy vazifalari mahsulotni miqdori va sifati bo'yicha qabul qilish, saralash va ta'tilga tayyorlash va iste'molchilarga yetkazib berishdir. Bularga ulgurji

savdo bazalari omborlari, shuningdek chakana savdo korxonalari omborlari kiradi.

Tranzit va yuk ortish omborlari temir yo'l stantsiyalarida, suv marinalarida joylashgan bo'lib, yuklarni omborga saqlash uchun ishlatiladi. Bu yuklarni bitta transport turidan ikkinchisiga qayta yuklash zarurati bilan bog'liq. Omborlar tovarlarni qabul qilish, qisqa muddatli saqlash va saqlash joylariga jo'natishni amalga oshiradilar.

Ulgurji omborlar asosan chakana savdo tarmog'iga tovarlar yetkazib beradi. Bunday omborlar turli xil partiyalar bo'yicha sotiladigan keng assortimentdagi va notekis aylanmadagi (zaxira tovarlar) zaxiralarini jamlaydi (bitta palladan kam hajmdan bir guruh tovarlarning bir necha sxemasidan). Bunday omborlarda tovarlarni mexanizatsiyalashgan holda qayta ishlash amalga oshiriladi.

aylanma ombori - to'liq saqlash moslamalarini bitta transport vositasidan boshqasiga qayta yuklash bo'yicha operatsiyalar amalga oshiriladi. Omborlar saqlanadigan mahsulotlarning yuqori aylanmasi, saqlash muddati va transport operatsiyalarining yuqori intensivligi bilan ajralib turadi.

Saqlash omborlari mahsulotlarni saqlash va himoya qilish uchun mo'ljallangan.

Yig'ish omborlari mijozlarning buyurtmalarini qabul qilish uchun mo'ljallangan. Bunday omborlar o'rtacha aylanma darajasi va o'rtacha saqlash muddati bilan tavsiflanadi.

To'plovchi omborlari sanoat korxonalarining kichik mahsulotlarini qabul qiladi va katta hajmdagi yuklar shaklida ularni iste'mol joylariga yuboradi.

Ekspeditsiya omborlari chakana savdo korxonalarini markazlashtirilgan yetkazib berish, shuningdek bazaga kelgan mahsulotlarni qabul qilish va ularni qisqa muddatli saqlash uchun mo'ljallangan.

Mavsumli saqlash uchun omborxonalar - kartoshka va sabzavot saqlanadigan omborlar, shuningdek mavsumiy mahsulotlar qayta ishlanadigan va saqlanadigan boshqa omborlar.

Umumiy omborxonalar maxsus saqlash rejimini yaratishga hojat bo'lmagan nooziq-ovqat va oziq-ovqat mahsulotlarini saqlash uchun mo'ljallangan.

Universal omborxonalar nooziq-ovqat yoki oziq-ovqat mahsulotlarining keng assortimentini saqlash uchun mo'ljallangan.

ixtisoslashgan omborlardan mahsulot guruhlarining bir yoki bir nechta mahsulotlarini saqlash uchun foydalaniladi.

Maxsus omborlarga sabzavot do'konlari, muzlatgichlar kiradi.

Ochiq omborlar tuproq yostiqlari va qutblar yoki tasma poydevorlari ustidagi joylar ko'rinishida joylashtirilgan. Qurilish materiallari, yoqilg'i, mahsulotlarni konteynerlarda saqlash uchun mo'ljallangan.

Yarim yopiq omborlar - bu atmosfera yog'inlaridan himoya qilishni talab qiladigan qurilish materiallari va boshqa turdagi mahsulotlarni saqlash uchun boshpanalar.

Yopiq omborxonalar saqlash uchun mo'ljallangan alohida yoki ko'p qavatli binoni ifodalovchi omborxonalarning asosiy turidir. Bunday turdagi omborlarni isitishning imkoni yo'q (izolyatsiya qilingan va izolyatsiya qilinmagan).

Issiqlik omborlarida isitish moslamalari va havo shamollatish moslamalari mavjud. Harorat va nisbiy namlikni ma'lum chegaralar ichida saqlashni talab qiladigan mahsulotlarni saqlash uchun mo'ljallangan.

Isitilmaydigan omborlar 0 C dan past haroratlarda o'z xususiyatlarini yo'qotmaydigan mahsulotlarni saqlash uchun mo'ljallangan.

6.3. Omborni tashkil qilish shakllari.

Omborni rejalashtirish

Turli xil strukturaviy omborxonalar turli xil usullar bilan ombor tizimiga birlashtirilishi mumkin.

Omborni tashkil qilishning eng oddiy variantlaridan biri keng tuzilishdir. Bunday tuzilishda to'plash punkti ombor vazifasini bajaradi - bir nechta boshqa joylar uchun manba.

Bunday tizimning keyingi rivojlanishi bu bir necha ierarxik sathlardan - saqlash eshelonlaridan tashkil topgan qatlamli struktura.

Bunday tizimda iste'molchilar tomonidan talablar faqat quyi darajaga tushadi, ya'ni texnologik uskunalardan buyurtmalar faqat jihozlarning omborlariga tushadi.

Har bir darajadagi omborlarni normal sharoitda to'ldirish faqat yaqinroq bo'lgan yuqori darajadagi omborlardan amalga oshirilishi mumkin. Masalan, kirish omborlari zaxiralari viloyat ulgurji omborlaridan to'ldirilmoqda. Ba'zida bunday ierarxiya qo'shimcha qilish uchun mos keladi. Ba'zi hollarda tovarlar to'g'ridan-to'g'ri

bo'linma omborlariga yetkazib beruvchidan, mintaqaviy va kirish omborlaridan yoki mintaqaviy omborlardan kirib, kirish omborlarini chetlab o'tishlari mumkin.

Xorijiy amaliyotda qatlamli saqlash tizimi odatda sug'urta zaxiralarini shakllantirish va ulardan foydalanish bilan bog'liq. Ikkita turdagi tuzilmalar ajralib turadi: mustaqil va birlashtirilgan tuzilmalar. Birinchi holda, barcha zaxiralar, shu jumladan umumiy sug'urta markaziy omborda to'plangan va ma'lum bir maqsad uchun sug'urta bo'linmalar yoki ixtisoslashtirilgan filiallar omborlarida joylashgan bo'ladi. Ikkinchi holda, mehnat va sug'urta zaxiralari bo'limlar yoki filiallarning omborlarida to'liq hajmda joylashgan va ularni to'ldirish uchun markaziy ombor ishlatiladi.

Omborni tashkil qilish va saqlashning eng zamonaviy shakllaridan biri bu omborxonalarni tashkil etishdir. Ombor do'koni turli xil mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish darajasiga ega bo'lgan omborxonaga bo'lib, ko'p mahsulot assortimentida qadoqlangan mahsulotlarni joylashtirish, saqlash va qidirish uchun mo'ljallangan. Shu munosabat bilan, ushbu omborning ishlashi normaldir. Asosiysi shundaki, agar omborda ortiqcha tranzit miqdori rejalashtirilgan tranzit hajmidan oshib ketsa, ularni tezda kichik ulgurji xaridorlarga sotishga ruxsat beriladi. Buning uchun savdo maydonchasi va qabul qilish, yig'ish va jo'natish joylari, shuningdek ma'muriy va xizmat xonalari omborxonada joylashgan bo'lishi kerak.

Omborda quyidagi operatsiyalar bajariladi:

1. Kiruvchi idishlar maxsus moslamalar yordamida olinadi va tushiriladi yoki qo'lda saqlanadi va ombor orqali olib o'tiladi.
2. Qabul qilingan qadoqlangan mahsulotlar saralanadi va saqlash idishlariga joylashtiriladi. Shu bilan birga, qadoqlangan mahsulotlar ro'yxatdan o'tkaziladi. Keyin qadoqlangan mahsulotlar terish maydoniga yetkazib beriladi. Keyinchalik qayta jihozlashni talab qilmaydigan mahsulotlar saqlash joyiga yetkazib beriladi.
3. To'ldirilgan yuk birliklarini saqlash jarayoni davomlidir. Bu har bir mahsulotning to'liq mahsulotlariga to'g'ridan-to'g'ri kirish imkoniyatini beradi. Ushbu talabga binoan, yuk birliklarini omborxonada saqlashning eng katta usuliga mos keladi.
4. Olingan buyurtmalarga muvofiq talab qilinadigan tovarlarni qidirish, birgalikda jo'natish uchun transport maydonchalari, shuningdek jo'natishning o'zi amalga oshiriladi. Odatda jo'natish

konteynerlarda yoki qaytariladigan idishlarda markazlashtirilgan yetkazib berish usuliga muvofiq amalga oshiriladi.

Omborning samarali ishlash sharti:

1. ish joylarini ajratish bilan omborni oqilona rejalashtirish, bu xarajatlarni kamaytirish va yuklarni qayta ishlash jarayonini yaxshilashga yordam beradi;

2. ombor sig'imini oshirishga imkon beradigan uskunalarni tashkil qilishda bo'sh joydan samarali foydalanish;

3. yuk ko'tarish-transport mashinalar parkini sezilarli darajada qisqartirishga imkon beradigan turli xil ombor operatsiyalarini bajaradigan universal uskunalardan foydalanish;

4. operatsion xarajatlarni kamaytirish va omborning o'tkazuvchanligini oshirish maqsadida ombor ichidagi transport yo'nalishlarini minimallashtirish;

5. transport xarajatlarini sezilarli darajada kamaytiradigan yuklarni birlashtirish va markazlashtirilgan yetkazib berishdan foydalanish;

6. hujjat aylanishi va ma'lumot almashish bilan bog'liq vaqt va xarajatlarni sezilarli darajada kamaytiradigan axborot tizimining imkoniyatlaridan maksimal darajada foydalanish.

Ombor binosining asosiy tarkibiy elementlari:

poydevor, devorlar, qo'llab-quvvatlovchi ustunlar, pollar, pollar, tomlar, pampanlar va ularning ustidagi eshiklar, eshiklar va derazalar.

Ombor binolarining kosmik rejalashtirish va tarkibiy yechimlarining xususiyatlari:

qadam - asosiy ko'ndalang yuk ko'taruvchi tuzilmalar (ustunlar, devorlar) orasidagi masofa;

yoy - bo'ylama tuzilmalar orasidagi masofa;

qavatning balandligi - zamin darajasi va ship o'rtasidagi masofa.

Omborlarni qurishda texnologik talablar:

- omborxonalar maydoni va hajmining bajarilgan texnologik operatsiyalarning tabiati va hajmiga muvofiqligi;
- ombor binosi parametrlari va konfiguratsiyasi operatsiyalarning eng maqbul texnologiyalari talablariga muvofiqligi.

Omborni rejalashtirishga qo'yiladigan talablar:

- mahsulotlarni joylashtirishning samarali usullarini qo'llash imkoniyati;

- saqlash birliklarining to'liq saqlanishi uchun shart-sharoitlarni ta'minlash;
- mahsulotlarning ayrim turlarini boshqalar bilan birgalikda saqlash paytida ularga salbiy ta'sirini bartaraf etish, mahsulot sifatini saqlash uchun shart-sharoitlarni ta'minlash;
- transport uskunalari, ko'tarish vositasidan samarali foydalanish imkoniyati;
- mahsulotlarga qulay kirish;
- ombor jarayonining oqimi va uzluksizligini ta'minlash.

Saqlash omborlarining asosiy guruhleri:

- asosiy ishlab chiqarish maqsadlari uchun xonalar - quyidagi texnologik operatsiyalarni bajarish uchun ishlatiladi:
 1. mahsulotlarni saqlash;
 2. ta'til mahsulotlarini olish (ekspeditsiya);
 3. qadoqlash va mahsulotni o'rash;
- **yordamchi xonalar** - konteynerlar, ko'p burilishli idishlar va tagliklar saqlash uchun, shuningdek konteynerlarni ta'mirlash ustaxonalari sifatida foydalanish uchun mo'ljallangan;
- **kommunal xonalar** - muhandislik asboblari va aloqalarini (dvigatel xonalari, shamollatish xonalari, qozonxonalar, maishiy materiallar va jihozlarning oshxonalar, ta'mirlash ustaxonalari, batareyalarni zaryadlash stantsiyalari) joylashtirish uchun mo'ljallangan;
- **ma'muriy binolar** - ma'muriy xizmatlar, dam olish va ovqatlanish joylari, kiyinish xonalari, tovar namunalari zali, dush, sanitariya-texnik vositalar va hk.

Tovar mutaxassislari ishini bajarishi uchun **ish joylari** ishlatiladi. Bunday zonalarning soni tovar namunalari zalida namoyish etilgan tovarlarning assortiment guruhleri soniga bog'liq.

Ekspozitsiya zonasi tovarlarni namoyish qilish uchun alohida segmentlarga bo'linadi (jvonlar, konsollar, barlar). Tovarlarining alohida assortiment guruhlarini namoyish qilish uchun segmentlar ajratilgan.

Kutish va dam olish zonasi xaridorlarning albomlari, kataloglari va ro'yxatlari bilan mustaqil ishlashi, shuningdek, tovarlarni tanlab olgandan keyin ularning dam olishi uchun mo'ljallangan.

Yo'lak zonasi tovar namunalari zalga o'tkazish va boshqa omborxonalariga kirish uchun ishlatiladi. Ish zinapoyalari uchun

ajratilgan joy minimal, lekin shu bilan birga yuk ko'tarish-transport mashinalari, mexanizmlari va boshqa uskunalarning harakatlanishi uchun normal sharoitlarni ta'minlashi kerak.

Omborning asosiy xususiyatlari:

- *ombor hajmi* - bir vaqtning o'zida omborga joylashtirilishi mumkin bo'lgan mahsulotlar miqdorini tavsiflaydi;
- *omborning foydali maydoni* - to'g'ridan-to'g'ri saqlanadigan mahsulotlar egallagan maydon;
- *ish joylarining maydoni* - ombor ishchilarining ish joylarini jihozlash uchun ajratilgan omborxonalaridagi maydon;
- *qabul qilish va yig'ish zonalarining maydoni* - qabul qilish va jihozlash joylarida 1 m² maydonga mo'ljallangan dizayn yuklarining yig'ilgan ko'rsatkichlari asosida hisoblanadi;
- *yuk tashish ekspeditsiyasi maydoni* - yuk tashish partiyalarini tugatish uchun ishlatiladi.

6.4. Ombordagi mahsulotlar zaxiralarini hisobga olish va nazorat qilish usullari

Korxonadagi mahsulotni hisobga olishning asosiy tamoyillari:

- moddiy javobgar shaxslar tomonidan ombor kartalari yoki boshqa registrlardan foydalanish asosida omborlarda miqdoriy hisobga olishning samaradorligi va ishonchliligi;
- buxgalteriya ishchilarining mahsulotni to'g'ridan-to'g'ri saqlash joylarida harakatlanishi uchun ombor ishlarining hujjatlashtirishning to'g'ri va o'z vaqtida bajarilishini, shuningdek ombor yozuvlarini yuritilishini nazorat qilish;
- chegirma narxlarida mahsulotni pul ko'rinishida hisobga olish;
- operatsion ombor buxgalteriya hisobi bo'yicha mahsulot qoldiqlarini ularning muvofiqligini tasdiqlash uchun buxgalteriya ma'lumotlari bo'yicha mahsulot qoldiqlari bilan taqqoslash.

Inventarizatsiya hisobining maqsadi:

- sotilgan tovarlar qiymatini (xarajatlar turi sifatida) hisobot davrida ushbu mahsulotlarni sotishdan olingan daromadlar bilan bog'lash;
- davr oxirida aktiv bo'lgan mahsulotning pul mablag'lari qiymatini o'lchash.

Buxgalteriya hisobi turlari:

* **odatiy** - mahsulotni umumlashtirilgan ro'yxatga olish kartasi qo'llaniladi, unda ma'lum bir omborda yoki korxonaning barcha omborlarida buxgalteriya hisobida bo'lgan vaqtdagi mahsulotlarning soni va ularning qiymati ko'rsatilgan;

* **partiyali** - xarajatlar schyot-fakturasining tovar moddalari mahsulot kelib tushishiga qat'iy muvofiq shakllantiriladi (tamoyil bo'yicha)

* **Bitta kirimli** - bitta hisob kartasi;

* **operatsion** (qoldiqlarni olib tashlash) - bu mahsulotni saqlash uchun joylarni (qutilar, rulonlar, sumkalar) sanab, omborni hisobga olish tizimidagi ma'lumotlarga ega bo'lgan mahsulotlarning javobgarligini moddiy javobgar shaxslar tomonidan tekshirish tartibi. Keyin tegishli norma va standartlarni hisobga olgan holda qayta hisoblash amalga oshiriladi, ya'ni mahsulotlar miqdori aniqlanadi, ular joriy narxlarda baholanadi. Siklni qayta hisoblash - bu ma'lum bir turdagi mahsulotlar zaxiralarini vaqti-vaqti bilan tekshirish tartibi.

Mahsulot inventarizatsiyasi:

- qayta sanab chiqish orqali mahsulotning haqiqiy mavjudligini aniqlash tartibi, ya'ni qoldiqlarni olib qo'yish va hisoblarni tekshirish. Mahsulotlarning haqiqiy mavjudligi to'g'risidagi ma'lumotlar buxgalteriya hisobi va ombor hisobi ma'lumotlari bilan qiymat va jismoniy jihatdan taqqoslanadi;
- barcha turdagi mahsulotlarni doimiy yoki tanlab sanash (qayta sanash). Olingan ma'lumotlar jismoniy narxlarda amaldagi narxlarda baholanadi va mahsulot guruhlari bo'yicha umumiy hajmda umumlashtiriladi.

Inventarizatsiya paytida quyidagilar tekshiriladi:

- saqlash birliklarining xavfsizligi;
- ularni saqlash va taqsimotning to'g'riligi;
- tortish uskunalari va o'lchash vositalarining holati;
- mahsulot yozuvlarini yuritish tartibi.

Inventarizatsiya turlari:

* **majburiy** - quyidagi hollarda amalga oshiriladi:

- yillik moliyaviy hisobotni tayyorlashdan oldin;
- moliyaviy javobgar shaxslarni almashtirishda (ishlarni topshirish qabul qilingan kunda);

- o'g'irlash yoki suiiste'mol qilish, shuningdek mahsulotga zarar etkazish faktlari aniqlanganda (bunday dalillar aniqlangandan keyin darhol);
- yong'in va boshqa tabiiy ofatlar yuz berganda (darhol tugashi bilan);
- korxonaga tugatilgan va qayta tashkil etilganida;
- joriy
- qattiq;
- tanlangan;
- rejalashtirilgan;
- rejadan tashqari (to'satdan);
- davriy - davr oxiridagi zaxiralar hajmi (ya'ni mahsulotlar soni) aniqlanadi va sotilgan tovarlarning qiymati davr oxiridagi zaxira hajmini sotiladigan mahsulotlar sonidan chegirib tashlanadi;
- doimiy - xaridorlarga haqiqatan yuborilgan mahsulotlar miqdori o'lchanadi.

Inventarizatsiya qilishning afzalliklari:

1. yillik jismoniy zaxiralarni ishlab chiqarish ehtiyojlarini qondirishda uzilishlardan himoya qilish;
2. yillik zaxiralarni tuzatishdan himoya qilish;
3. xodimlarga zaxiralar darajasini to'g'ri baholash qobiliyatini berish;
4. buxgalteriya hisobidagi xatolar sabablarini aniqlash va ularni bartaraf etish choralarini belgilash;
5. inventarizatsiya yozuvlarining aniqligini ta'minlash.

Omborda saqlanayotgan mahsulotlarni boshqarish usullari:

1. Saqlangan mahsulotlarning joylashishini kuzatish:
 - taglik bilan;
 - ikkita paletdan iborat "bir birining ustiga";
 - qutining joylashgan joyida (qutilarga buyurtma berilganda);
 - mahsulot nomi birligining joylashgan joyida (bitta bo'lak konfiguratsiya holatida);
 - saqlash uchun "massa";
 - bir nechta alohida saqlash xonalarida.
2. Saqlangan mahsulotlarning holatini kuzatish:
 - ishlab chiqarish sanasi bo'yicha;
 - amalga oshirish davrining boshlanish sanasi bo'yicha;

- amalga oshirish muddati tugagan sanaga (tugash muddati bilan, shu jumladan chekka hududlarga yetkazib berishni hisobga olgan holda; sotishga ruxsat berish orqali);
- xavfli mahsulotlar toifasi bo'yicha.

3. Saqlangan mahsulotlarning barcha harakatlarini kuzatish:

- har bir quti uchun ichki yetkazib berish raqami yoki yaroqlilik muddati bo'yicha;
- kamerada biron bir joyda bo'lgan barcha tagliklar va qutilarning harakatlanishning "tarixi" ga ko'ra. Saqlangan mahsulotlarning "tarixini" kuzatish turli parametrlar bo'yicha amalga oshiriladi:
- saqlash joyining raqami;
- tovar kodi;
- taglik raqami;
- Kiruvchi hujjat raqami

Kuzatuv tartiblari har bir iste'molchi uchun alohida belgilanadi.

Ombor kompyuter ma'lumotlarini almashish tizimi barcha hamkorlar va iste'molchilar uchun kun bo'yi ishlashi kerak.

6.5. Ombor faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari

Omborning ishlash ko'rsatkichlarini uchta tavsiflangan ko'rsatkichlar guruhlari bilan ifodalash mumkin:

- omborlarning zichligi;
- ombor maydonidan foydalanish intensivligi;
- Omborning moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlari.

Ombordagi tovarning aylanishi - ma'lum muddatda ombordan chiqarilgan, qiymat jihatidan ifodalangan mahsulotlar miqdori. Ushbu ko'rsatkich nafaqat ombordan mahsulotlarning umumiy sotilishini, balki mahsulotning alohida guruhlari uchun sotilishini ham aks ettiradi.

Ombordagi yukning aylanishi - bu ishning murakkabligini tavsiflovchi ko'rsatkichdir va ma'lum vaqt oralig'ida (kun, oy, yil) ombordan o'tgan turli xil mahsulotlar hajmi bilan hisoblanadi. Yetib kelish yoki ketish paytida omborning aylanishini hisoblash mumkin (bir tomonlama yuk aylanmasi). Ma'lum vaqt ichida ombordan chiqarilgan mahsulotlar miqdori jismoniy ko'rinishda (kilogramm, tonna) ifodalanadi.

Omborxonada yuk sig'imi mahsulotni to'g'ridan-to'g'ri saqlash uchun mo'ljallangan omborxonaning maydoniga qarab tonnada yukini tavsiflaydi

Omborning o'ziga xos yuki - 1 m² saqlash maydoniga to'g'ri keladigan yukning massasini tavsiflaydi.

Ortiqcha yuklanish koeffitsienti - ortish operatsiyalarini bajarish jarayonida har bir jismoniy tonna yuk bo'yicha bajarilgan operatsiyalarning o'rtacha soni. Yuk koeffitsienti tonna operatsiyalarining hajmini (1 tonna yukni transportdan transportga, transportdan omborga to'liq ko'chirish) jismoniy tonna soniga bo'lish yo'li bilan hisoblanadi. Ortiqcha yuklanish koeffitsienti qanchalik past bo'lsa, bu ishlar yanada oqilona tashkil etiladi.

Saqlash joyidan foydalanish ko'rsatkichlari - saqlash maydoni hajmidan oqilona foydalanilishini ko'rsatadi.

Ombor yukining notekislik koeffitsienti eng band bo'lgan oying oborotini omborning o'rtacha oylik aylanmasiga nisbati sifatida aniqlanadi.

Omborning yuk hajmidan foydalanish darajasi mahsulotning zichligi va balandligini tavsiflaydi.

Ombordagi mahsulotlarning aylanish tezligi mahsulotlarning ma'lum hajmdagi ombor orqali o'tishi intensivligini tavsiflaydi.

Ombor xodimlarining mehnat unumdorligi omborning yuk aylanmasi hajmiga, shuningdek omborga biriktirilgan barcha ishchilar va yordamchi ishchilar soniga qarab hisoblanadi.

Takrorlash uchun savollar.

1. Ombor logistikasini aniqlang.
2. Omborlardan foydalanishni talab qiladigan asosiy sabablar qanday?
3. Omborning asosiy vazifalari va funktsiyalari qanday?
4. Omborni tashkil qilish uchun qanday talablar mavjud?
5. Omborlar qanday tasniflanadi?
6. Ombor binolari uchun kosmik rejalashtirish va tarkibiy echimlarning asosiy xususiyatlari qanday?
7. Siz omborlarning asosiy guruhlarini bilasizmi?
8. Birja inventarizatsiyasining asosiy maqsadi nima?
9. Inventarizatsiya haqida nimani bilishingizni ayting.
10. Stokdagi mahsulotlar qanday nazorat qilinadi?
11. Ombor jarayoni deganda nimani tushunasiz?

7- mavzu. LOGISTIK AXBOROT TIZIMLARI

- 7.1. Axborot logistikasining tushunchasi, turlari
- 7.2. Axborot tizimini yaratish maqsadlari va funksiyalari
- 7.3. Axborot tizimlarini ishlab chiqish va joriy etish
- 7.4. Axborot oqimi: tushunchasi va turlari
- 7.5. Axborot tizimlari yordamida hal qilingan ishlab chiqarish va marketingning asosiy muammolari tasnifi
- 7.6. Axborot infratuzilmasi
- 7.7. Logistikada avtomatlashtirilgan shtrix kodni aniqlash texnologiyasidan foydalanish
- 7.8. Radiochastotali identifikasiya (RFID)

7.1. Axborot logistikasining tushunchasi, turlari

Moddiy resurslarning har qanday harakati axborotni uzatish bilan bog'liq. **Logistika ma'lumotlari** - bu korxonaning logistika tizimini boshqarish jarayonini ta'minlash uchun zarur bo'lgan maqsadga muvofiq to'plangan ma'lumotlar.

Yuk tashishning axborot avansi qabul qiluvchiga uni qabul qilishni o'z vaqtida tayyorlashga imkon beradi. Axborot tizimlari ma'lumotlarni kiritish, saqlash, qayta ishlash, boshqarish va uzatishni ta'minlaydi.

Korxonada logistikani axborot bilan ta'minlash - bu prognozlash, ishlov berish, hisobga olish va tahlil qilish faoliyati va logistika menejmenti tizimining elementlarini integratsiyalash vositasi. Axborotni uzatish variantlaridan biri bu hujjatdir. **Hujjat** - bu ma'lum yoki vakolatli mansabdor shaxslar, shuningdek fuqarolar tomonidan faktlar to'g'risida ma'lumot berish yoki yuridik ahamiyatga ega bo'lgan faktlarni tasdiqlash yoki huquq va majburiyatlarni tasdiqlash uchun tuzilgan yoki umumiy qabul qilingan shakldagi yozma akt. Hujjat - bu logistik operatsiya haqiqatining yozma tasdiqlanishi. Barcha hujjatlar aylanishini ikki turga bo'lish mumkin:

birlamchi (yo'l-yo'riq);

ikkilamchi (kredit buyurtmalarini ro'yxatdan o'tkazish jurnali va boshqalar).

Birlamchi hujjatlardagi majburiy tafsilotlar:

- Hujjatning nomi
- Hujjat sanasi

- O'z nomidan hujjat tuzilgan tashkilotning nomi
- Operatsion tarkibi
- Jismoniy va pul ko'rinishidagi hisoblagichlar
- Operatsiya uchun javobgar bo'lgan shaxslarning ismlari va uning bajarilishining to'g'riligi
- Ko'rsatilgan shaxslarning shaxsiy imzolari

Qayta ishlash jarayonida hujjatni ko'chirish usuli; Hujjat hayoti davomida "buzgan" ijrochilarning buyurtma qilingan ro'yxati **hujjat yo'nalishi** deb nomlanadi.

Hujjat aylanishi:

- hujjatlarni fazoda va yaratilish yoki qabul qilingan vaqtdan boshlab ijro etish yoki jo'natish tugagunga qadar harakatlanishi
- korxonada bo'linmalar xodimlari, shuningdek korxonada, uning pudratchilari va logistika bo'yicha sheriklari tomonidan ma'lumotlarni ko'chirish va (yoki) birgalikda qayta ishlash.

Axborot tayyorligi korxonaning buyurtmani bajarilishining barcha bosqichlarida iste'molchi tomonidan so'ralgan ma'lumotlarni taqdim etish qobiliyati bilan belgilanadi. Axborotga tayyorlik so'rovlarga tez va aniq javoblar sonining ma'lum vaqt oralig'idagi so'rovlarning umumiy soniga nisbati sifatida hisoblanadi.

7.2. Axborot tizimini yaratish maqsadlari va funktsiyalari

Axborot tizimini yaratish maqsadi:

- kompaniyaning yashashi va imkoniyatlarini ta'minlash;
- xodimlarni normal ish jarayoni bilan ta'minlash;
- ma'lumot olish va undan foydalanishdagi chalkashliklarni bartaraf etish;
- korxonada funktsiyalarini bozor talablariga muvofiq kengaytirish.

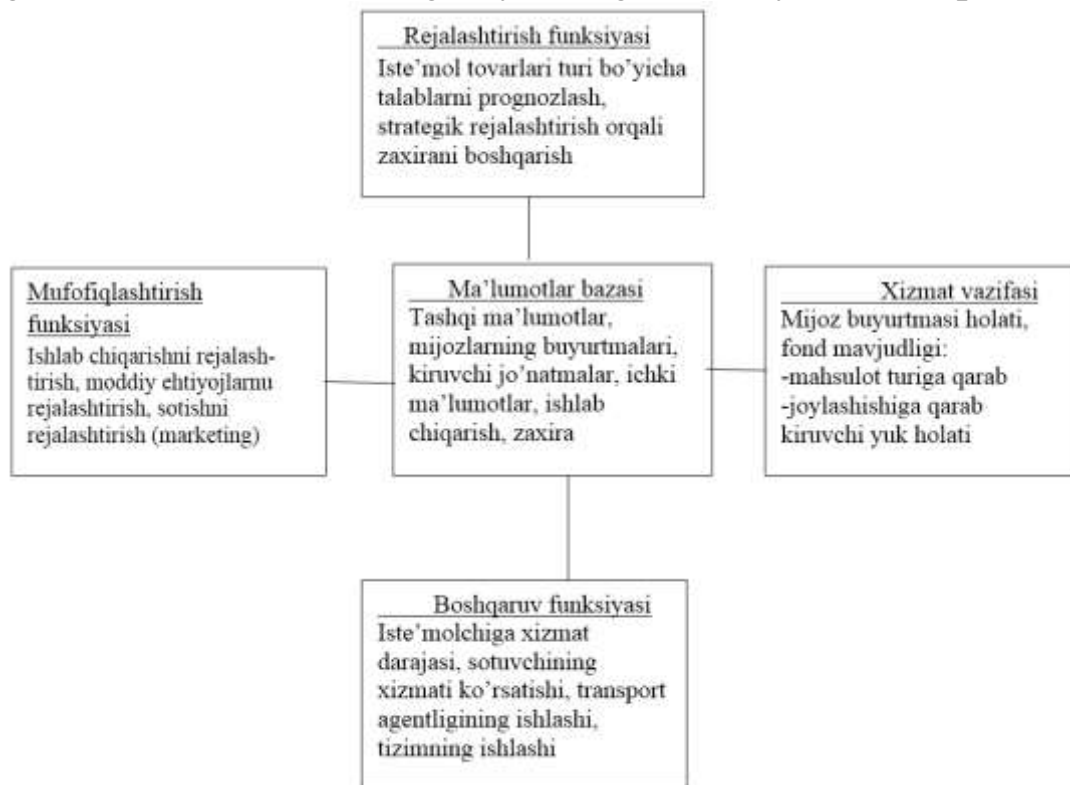
Axborot tizimining iste'molchilari quyidagicha tasniflanishi mumkin:

Ichki - marketing bo'limlari, ta'minot va sotish bo'limi, omborxonada, mahsulot va texnologiyalarni ishlab chiqaruvchilar, korxonalarni boshqarish.

Tashqi - iste'molchilar va ma'lumot yetkazib beruvchilar: mahsulot iste'molchilari, xom ashyo va butlovchi qismlar yetkazib beruvchilari, vositachilar, raqobatdosh korxonalar, investorlar, reklama beruvchilar.

Axborot tizimini qurishning asosiy tamoyillari:

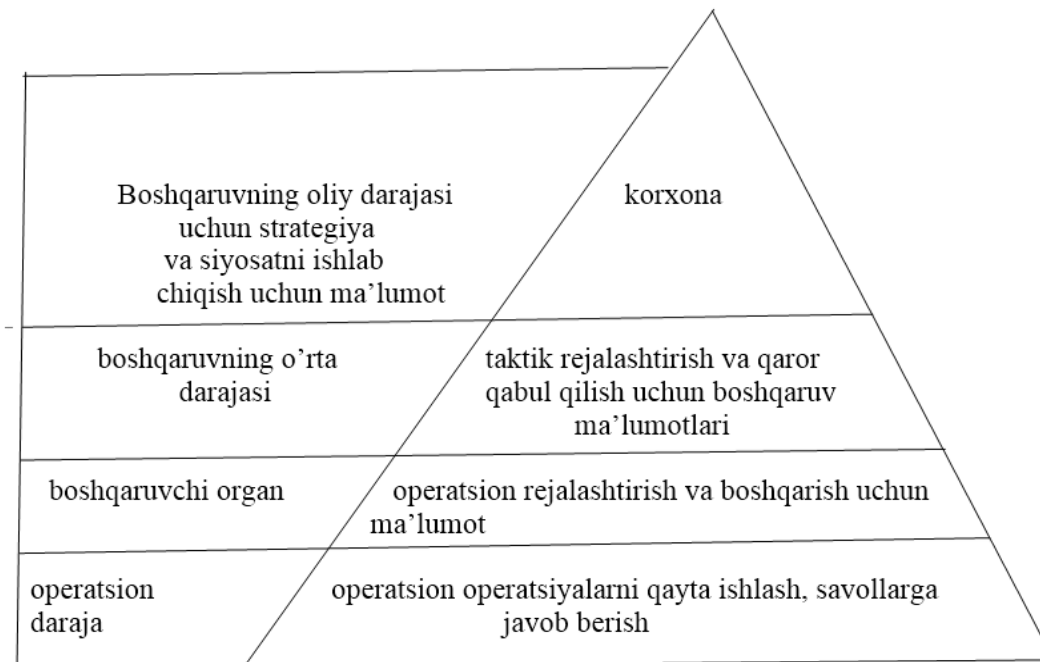
- ierarxiya (vazifalarning bo'ysunishi va ma'lumotlar manbalaridan foydalanish);
- ma'lumotlarni yig'ish tamoyili (turli darajadagi so'rovlarni hisobga olish);
- zaxira (nafaqat hozirgi, balki kelajakdagi vazifalarni ham hisobga olgan holda qurilish);
- Maxfiylik
- o'zgaruvchan so'rovlarga moslashish;
- muvofiqlik va axborot birligi (nomuvofiq harakatlar va noto'g'ri ma'lumotlarning xulosasi chiqarib tashlanishi mumkin bo'lgan ko'rsatkichlar tizimini ishlab chiqish bilan belgilanadi);
- tizimning ochiqligi (ma'lumotlarni to'ldirish uchun). 7.1 rasmda logistika axborot tizimining ro'yxatdagi funktsiyalarini taqdim etadi.



Rasm 7.1 Logistika axborot tizimining vazifalari

Kompaniyani boshqarish tizimining ishlashi tufayli ma'lum darajadagi maqsadlarga erishiladi. Odatda tashkilotning "maqsadlar pog'onasi" ning 4 darajasini ajratish odatiy holdir (tabiiyki, har bir darajadagi maqsadlarga erishish uchun ma'lum ma'lumotlar talab qilinadi). Shunga ko'ra, tashkilotning axborot tizimini to'rt darajali piramida shaklida taqdim etish tavsiya etiladi (8.2-rasm). Axborot tizimini yaratishda asosiy tamoyil shundan iboratki, birinchidan, ma'lumotlar

yig'ishning eng past darajasida to'planishi kerak, ikkinchidan, ular taqqoslanishi kerak.



rasm 7.2 Tashkilot piramidasi

Axborot-logistika tizimi quyidagi rejimlarda ishlaydi:

- ma'lumot va ma'lumot berish rejimi;
- saralash va guruhlash rejimi;
- analitik rejim (turli filiallarning yana ikkita tavsifini qayta ishlash asosida analitik ma'lumotlar va hujjatlar berish);
- hisob-kitob qilish rejimi (hisob-kitoblar oldindan rasmiylashtirilgan modellar va bog'liqliklar bo'yicha amalga oshiriladi);
- maslahat rejimi (rasmiylashtirilgan va intuitiv usullarga asoslangan bir nechta qarorlar chiqariladi); - o'quv rejimi; - optimallashtirish.

7.3. Axborot tizimlarini ishlab chiqish va joriy etish

Axborot tizimining asosiy vazifalari:

- logistika tizimining boshqaruv organlarini buyurtma harakati to'g'risida (funktional va axborot jarayonlari oqimi to'g'risida) ishonchli, tegishli va yetarli ma'lumot bilan doimiy ravishda ta'minlash;
- korxonaning funksional bo'limlari xodimlarini real vaqt rejimida yetkazib berish zanjiri bo'ylab mahsulotlarning harakati to'g'risida doimiy ma'lumot bilan ta'minlash;

- asosiy ko'rsatkichlar (xarajatlar, xarajatlar tarkibi, rentabellik darajasi) bo'yicha korxonani tezkor boshqarish tizimini joriy etish;
- boshqaruv uchun investitsiya qilingan kapitaldan foydalanish to'g'risidagi ma'lumotlarning oshkoraligini ta'minlash;
- strategik rejalashtirish uchun ma'lumot berish;
- umumiy xarajatlar va xarajatlar tarkibi to'g'risida rahbariyatga ma'lumot berish;
- "tor joylar" ni o'z vaqtida aniqlashga imkon berish";
- korxonada resurslarini qayta taqsimlash imkoniyati;
- mijozlarning buyurtmalarini bajarish muddatlarini baholash imkoniyatini berish;
- biznes-jarayonlarni optimallashtirish orqali korxonaning rentabelligini ta'minlash.

Avtomatlashtirilgan axborot tizimlariga qo'yiladigan talablar:

o'lchovlilik - tizimning ikkalasini ham qo'llab-quvvatlash qobiliyati yagona foydalanuvchilar va ko'plab foydalanuvchilar; **Taqsimot** - tizimning korxonaning bir nechta geografik ajratilgan bo'linmalari yoki bir-biridan uzoqda joylashgan bir nechta ish joylari tomonidan hujjatlarni birgalikda qayta ishlashini ta'minlash qobiliyati; **modullik** - tizimning foydalanuvchi tomonidan taqdim etilishi qobiliyati foydalanuvchilar korxonaning o'ziga xos xususiyati va murakkabligiga qarab tizim funktsiyalarini sozlash va tanlash qobiliyatiga ega, ya'ni avtomatlashtirish tizimi moslashuvchan bo'lib, ular o'zaro (savdo, omborxonada, ta'minot, ishlab chiqarish, xodimlar, moliya, transport) birlashtirilgan alohida modullardan iborat. **ochiqlik** - avtomatlashtirish tizimi boshqalarga birlashtirilgan axborot tizimlari yangi dasturlarni ishlab chiqish va boshqa tizimlar bilan integratsiya qilish uchun ochiq interfeyslarga ega.

Axborot tizimlarini ishlab chiqishda:

- logistika ko'rsatkichlarini o'lchash va taqqoslash usullariga, shuningdek ularni boshqarish usullariga alohida e'tibor qaratiladi;
- mijozlarga xizmat ko'rsatish natijalarini baholashning rasmiylashtirilgan va kompleks tizimi ishlab chiqilmoqda;
- mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonida logistika proseduralarining har bir turi uchun standartlarni o'rnatish;
- korxonada axborot tizimlarining ajralmas elementlari bo'lgan ma'lumotlar omborlari yaratiladi. Bunday omborlarni yaratishda asosiy maqsad korxonaning barcha rahbarlari, shuningdek

iste'molchilar va yetkazib beruvchilar uchun ma'lumotlarga kirishni osonlashtirish;

- baholash va boshqarish tizimlari buyurtmalarni qabul qilish va qayta ishlash, logistika operatsiyalarini rejalashtirish, inventarizatsiyani boshqarish, ishlab chiqarishni rejalashtirish, omborxonona va transportni o'z ichiga olgan buyurtma va rejalashtirish xizmati tizimlari bilan birlashtirilgan.

Axborot tizimini joriy etish bo'yicha tavsiyalar:

- korxonaning tashkiliy tuzilmasini aniqlang, ya'ni bizda mavjud bo'lgan narsani bilib oling, yaqin kelajakda biz nimaga ega bo'lishni xohlaymiz va korxonaning tashkiliy tuzilishi to'g'risidagi nizomni ishlab chiqamiz;
- umuman korxonani moliyaviy-iqtisodiy boshqarish mexanizmini ishlab chiqish, shu jumladan moliyaviy tuzilmani tartibga solish, buxgalteriya hisobi va moliyaviy javobgarlik markazlarini aniqlash;
- korxonaning asosiy logistika maqsadlarini (axborot tizimida yuzaga keladigan muammolarni hal qilish zarurligiga qarab) ajratib ko'rsatish: biznes yo'nalishlari, moliyaviy, texnologik, axborot va moddiy oqimlar; ish jarayonini baholash;
- ta'minot zanjirlarini tashkil etish va tezkor boshqarish mexanizmlarini ishlab chiqish: standartlar, buxgalteriya hisobi va nazorati shakllari, boshqaruv hisoboti;
- strategik ta'minot zanjirini boshqarish texnologiyasini, moliyaviy rejalashtirish va boshqarish tizimini, shuningdek moliyaviy tahlil tizimini shakllantirish.
- Hozirgi kunda O'zbekistonda uchta asosiy boshqaruv tizimi mavjud: shaxsiy omborlarni boshqarishning avtomatlashtirilgan tizimlari, materiallar ta'minotini boshqarish tizimlari va ta'minot zanjirini boshqarish tizimlari. Boshqarish tizimlarini tanlashda, korxonona uchun eng katta iqtisodiy samara beradigan integrallashgan axborotni boshqarish tizimlariga ustunlik berish tavsiya etiladi.
- Bunday samarali boshqaruv tizimlaridan biri bu AVALON SystemVision kompaniyasi tomonidan chet elda ishlab chiqilgan va O'zbekiston sharoitlariga moslashtirilgan AWACS (Advanced Warehouse Administration and Control System) tizimi.
- Ushbu tizimning o'ziga xos xususiyati shundaki, u nafaqat alohida omborlarni, balki butun ta'minot zanjirini ham

avtomatlashtiradi. Uning asosini markaziy modul tashkil etadi, uning asosida yakka tartibdagi omborlar va sanoat korxonalarini bir necha o'nlab, yuzlab avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari blokirovka qilinishi mumkin. Bir-biridan uzoq masofada joylashgan omborxonalarda va korxonalarda o'rnatilgan alohida tizimlar bir-biri bilan va markaziy modul bilan serverdan foydalangan holda ichki protokol yordamida almashinadi. Interfeys ushbu tizimlarga tarmoq xizmatlarining hozirgi holati va narxlarida juda muhim bo'lgan va ushbu xizmatlarga kommutatsiyalangan ulanishdan foydalanganda juda muhim bo'lgan hajmda ma'lumot almashish imkonini beradi. Berilgan ma'lumotlarga og'zaki xabarlar va elektron hujjatlar, buyruqlar, harakatlarni tasdiqlash, zaxiralar to'g'risidagi ma'lumotlar, yuklarning kelib tushishi va yetkazib berilishi kiradi. Markaziy modulda dastlabki statistik ma'lumotlar yig'ilib, tovarlarga bo'lgan ehtiyojning mavsumiy o'zgarishini hisobga olgan holda ehtiyojlar va yetkazib berish prognoz qilinadi.

7.4. Axborot oqimi: tushunchasi va turlari

Logistikada "axborot oqimi" tushunchasini ajratib turadi. Axborot oqimi logistika tizimini boshqarish va boshqarish uchun zarur bo'lgan logistika tizimida, shuningdek ushbu tizim va undan tashqaridagi muhit o'rtasida tarqaladigan xabarlarining yig'indisi hisoblanadi.

Axborot oqimini tashkil etuvchi xabarlar turli xil saqlash vositalarida chiqariladi:

- an'anaviy turdagi qog'oz hujjatlari;
- elektron hujjatlar (magnit va qog'oz - ponetli lenta, teshilgan kartalar) va boshqalar.

Xabarlar og'zaki, telefon va ovozli bo'lishi mumkin.

Axborot oqimlarining quyidagi guruhlari ajralib turadi.

1) gorizontal, 2) vertikal, 3) tashqi, 4) ichki, 5) kirish, 6) chiqish.

Landshaft - bu bitta boshqaruv darajasidagi iqtisodiy munosabatlardagi sheriklar o'rtasida: axborot resurslaridan foydalanuvchi yetkazib beruvchi korxonalar va korxonalar yoki ular bilan tovar aylanishi jarayonida ularning vositachilari o'rtasida xabarlarini qamrab oluvchi axborot oqimlari.

Vertikal - bu boshqaruv organlaridan bo'ysunadigan yoki logistika tizimining havolalariga yuqoridan kelgan xabarlarini qamrab oladigan

ma'lumotlar oqimi. Korporatsiyalar va xoldinglardan sho"ba kompaniyalarga va hokazo.

Tashqi - bu logistika tizimiga tashqi muhitda oqib chiqadigan axborot oqimi. Shunday qilib, sherik korxonalaridan kelgan xabarlarining gorizontaal axborot oqimi ular yuborilgan va kim ularni qabul qiladigan sherikga nisbatan tashqi hisoblanadi.

Ichki axborot oqimi - bu bitta logistika tizimida tarqatiladigan xabarlar. Logistika quyi tizimlari uchun ichki quyi tizim ichida xabar oqimi mavjud. Qolgan xabarlar ular uchun tashqi.

Kirish ma'lumotlari oqimi - logistika tizimiga yoki uning quyi tizimlaridan biriga kiradigan xabarlar.

Chiqish ma'lumotlari oqimi - bitta logistika tizimining yoki uning quyi tizimlarining chegaralaridan chiqib ketadigan xabarlar.

Axborot oqimlari quyidagilar bilan almashiladi:

shoshilinch ravishda: odatiy, shoshilinch. Juda shoshilinch ("chaqmoq").

maxfiylik darajasi bo'yicha. Tijorat sirlarini o'z ichiga olgan xabarlar hujjatning xavfsizlik muhri bilan yuboriladi.

qiymati bo'yicha pochta xabarlarining axborot oqimi oddiy, odatiy va qimmatli turlarga bo'lingan.

Xabarlarini yuborish tezligiga ko'ra, ma'lumotlar oqimi tez va an'anaviy (pochta) ga bo'linadi.

axborot oqimlari ko'lamiga ko'ra 1) mahalliy; 2) norezident; 3) uzoq; 4) xalqaro.

Ma'lumot oqimlari orasida odatda ma'lum bir shaklda qog'ozda chiqariladigan, belgilangan tartibda to'ldirilgan va jo'natuvchining imzosi va muhri bilan tasdiqlangan hujjatli xabarlar muhim rol o'ynaydi, bu kabi xabarlar hujjatli deb nomlanadi. Axborot oqimida hujjatli xabarlar katta ulushni egallaydi. Logistika sohasida, axborot oqimi ko'pincha material oqimiga nisbatan birga keladi (bog'liq) va uning harakatini boshqarish uchun zarur bo'lgan material oqimi to'g'risidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi.

Logistika sohasidagi axborot oqimlarining bir qismi moddiy oqimlarga xizmat qilmaydi, ularni shakllantirish, omborda resurslarni saqlash jarayoni, moddiy resurslarning ichki va ichki harakati jarayonini o'zida ifodalaydi. Logistika katta miqdordagi moddiy boyliklar bilan shug'ullanganligi sababli, unda hujjatli xabarlar katta rol o'ynaydi. Logistika jarayonini hujjatlashtirish muhim logistika

vazifasidir. Logistika sohasidagi axborot oqimlari materialga muvofiq shakllantiriladi. Har bir material oqimi ma'lumot oqimiga mos keladi, deb ishoniladi. Bunday yozishmalar har doim ham izolyatsiya qilinmaydi (to'liq). Ko'pincha ma'lumot va material oqimlari har xil vaqt oralig'ida sodir bo'ladi.

Moddiy oqimlarning harakati bilan taqqoslaganda axborot oqimlarining rivojlanishining afzal variant bo'lib hisoblanadi. Bu tovarlarni qabul qilishga yaxshiroq tayyorgarlik ko'rish imkonini beradi. Aslida, axborot oqimlari har doim ham egri chiziqdan oldinda emas, ularning oqimi ko'pincha material oqimlari harakati vaqtidan orqada qoladi. Axborot oqimlari ushbu oqimlarning xarakteristikalari nuqtai nazaridan moddiy oqimlarga mos bo'lishi kerak, lekin har doim ham yozishmalar mavjud emas: ba'zi hollarda bir nechta iste'molchilar uchun umumiy bo'lgan hujjatlar bajariladi, so'ngra ularda ma'lumotlar aks ettiriladi, ularning ba'zilari ushbu manbalarning har bir qabul qiluvchisi uchun ortiqcha bo'ladi.

Axborot oqimlari bir qator reytinglar yordamida tavsiflanadi: 1) paydo bo'lish manbasi bo'yicha; 2) yo'nalish; 3) hajm; 4) davriylik; 5) tasdiqlash tartibi; 6) amal qilish muddati; 7) saqlash tartibi va boshqalar.

1. Xabarlarining manbalari turli xil bo'lishi mumkin - xabarlar harakati, tashkil etilishi va qabul qilinishiga ta'sir qiladigan logistika zanjiri ishtirokchilari va tegishli tashkilotlardan.

2. Axborot oqimlari yo'nalishi bo'yicha gorizontal (u erda va orqada) va vertikal (yuqoridan pastga va orqaga) bo'lishi mumkin. Xuddi shu darajadagi teng sheriklarning logistika jarayonidagi ishtirokchilar o'rtasida gorizontal qo'ng'iroq xabarlariga kiradi. Boshqarishning turli darajalari o'rtasida vertikal ma'lumotlar oqimi: yuqori - etakchi va quyi - subordinatlardir.

Axborot oqimining yo'nalishi boshqa tarzda izohlanadi: to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita.

"Axborot oqimi yo'nalishi" konsepsiyasini aniqlashning uchinchi varianti mavjud - manzilning geografik yoki hududiy manzilini hisobga olgan holda.

3. Axborot oqimlari hajmi bir necha jihatdan hisobga olinadi. Ulardan biri oqim hajmini quyidagi sonlar bo'yicha hisobga oladi: 1) hujjatlar; 2) oqimdagi sahifalar; 3) hujjatlar to'plami. Ushbu usul katta ma'lumot oqimlarining hajmini aniqlash uchun ishlatiladi.

Axborot oqimlari hajmini hisobga olishning ikkinchi usuli kichik oqimlar uchun qo'llaniladi. Bundan tashqari, oqim hajmi hujjatdagi satrlar soni - hujjat satri yoki xabardagi so'zlar soni - telegrammalarda belgilanadi.

Buxgalteriya hisobining uchinchi usuli - xabarlardagi belgilar sonini hisobga olish - kompyuter tizimlarida mashina muhitiga ehtiyojni hisobga olish, kompyuter xotirasiga joylashtirish va boshqa holatlarda hisobga olish uchun maxsus o'lchov birliklarida baholanadi.

4. Axborot oqimlarining chastotasi ularni shakllantirish chastotasini tavsiflaydi. Logistika sohasida ko'plab ma'lumot oqimlari bir martalik, takrorlanmaydi va har bir material oqimi uchun bir marta yaratiladi, unga parallel ravishda biroz oldinroq yoki biroz keyinroq. Ammo logistika sohasidagi ba'zi bir ma'lumotlar oyiga bir marta, har chorakda va har xil chastotada tuziladi.

5. Hujjatli tushdagi axborot oqimi ijro etish jarayonida ma'lum tasdiqlash jarayonidan o'tadi. Masalan, korxonalarda rejalashtirilgan aloqa, do'kon rahbarlari va korxonada direktorlari bilan kelishilgan. Har bir hujjat uchun odatda uning tarkibini muvofiqlashtirish uchun muayyan qoidalar belgilanadi.

6. Axborot oqimining har bir hujjatli xati tasdiqlanadi - ma'lum odamlar tomonidan imzolanadi: bosh direktor, ijrochi direktor, ularning o'rinbosarlari va boshqalar. Tegishli imzo bo'lmasa, hujjat haqiqiy emas.

7. Ba'zi hujjatlar yaroqlilik muddatiga ega bo'lib, undan keyin ular haqiqiy emas. Bunday hujjatlardan faqat ularning amal qilish muddati davomida foydalanish mumkin. Ammo axborot oqimlarining aksariyati bunday hujjatlarga taalluqli emas va material oqimlarini boshqarish uchun zarur bo'lgan bildirishnomalarni aks ettiradi: u ushbu oqimlarning xususiyatlarini va ularni yetkazib berish joyiga harakatlanish holatini ochib beradi.

8. Axborot oqimlarida etkazilgan xabarlarni saqlash tartibi ham har xil. Ba'zi xabarlar alohida paketlarda yig'iladi, boshqalari magnit tashuvchida va boshqa shaklda saqlanadi. Axborotni saqlash muddati har xil: bir, ikki yil, besh yil, doimiy (abadiy) va hokazo. Axborot oqimini tashkil etish qimmat biznes hisoblanadi. Ularni shakllantirish, uzatish, qabul qilish, saqlash, tahlil qilish uchun katta miqdordagi pul sarflanadi.

Axborot makonida axborot oqimi. U juda katta va deyarli butun er sharini va fazoning o'zlashtirilgan qismini qamrab oladi. Ushbu makondan foydalanish oddiy ish emas, bu har bir mamlakat hududida aloqalarni - transport yo'llari (temir yo'l, suv, havo), kosmik aloqa, telegraf va mikroto'lqinli aloqa va boshqalarni ishlatish bo'yicha davlatlararo qarorlarni talab qiladi. Ushbu kommunikatsiyalardan foydalanish qimmat biznes hisoblanadi. Axborot oqimlarining harakatlanishini ta'minlaydigan moddiy-texnik bazani yaratish va yaxshi holatda saqlash katta mablag' talab qiladigan va uzoq davom etadigan jarayondir.

Axborot oqimlarining material bilan o'zaro ta'siri.

Ko'pincha logistika jarayoni axborot ta'minoti va material oqimlarining yaratilishini va harakatlanishini oldindan belgilab beradigan ma'lumot oqimlarini shakllantirishdan boshlanadi. Ko'pincha, birinchi ma'lumot oqimlari tomonlarning har qanday mahsulotni sotib olish va sotish jarayonida sherik bo'lishga bo'lgan intilishlari to'g'risidagi protokollardan iborat (shuningdek, shartnomaviy shartnomalar deb ataladi).

Belgilanganlardan keyingi ikkinchi oqim - ishtirokchilar tomonidan kelishilgan shartnoma - savdo bitimi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida bunday axborot oqimi material oqimi oldidan turadi va moddiy resurslar oqimini shakllantirishning huquqiy asosidir. Ushbu ma'lumot oqimidan so'ng, shartnomada ko'zda tutilgan material oqimi yoki bir nechta oqim, bitim shartlariga muvofiq, tomonlar tomonidan kelishilgan muddatlarda shakllantiriladi va jo'natiladi, material oqimi yuborilganda, bu haqida ma'lumot sherikga yuboriladi. Xaridor tomonidan material oqimi qabul qilingandan so'ng, kvitansiya to'g'risidagi ma'lumot material manbalarini yetkazib beruvchiga yuboriladi. Ular o'rtasida shunga o'xshash ma'lumotlar almashinuvi, shuningdek, oqim butun vaqt davomida amalga oshiriladi. Shunday qilib, material oqimlari mavjud bo'lgan butun davr mobaynida ular to'g'risida ma'lumot oqimi materiallarning harakatlanishidan ustun turadi yoki oqimning har qanday bosqichi tugaganidan keyin, oqim qabul qilingandan keyin, tarqatilgunga qadar kuzatiladi. Shu bilan birga, axborot va material oqimlarini yaratish mumkin emas, chunki ularning har birining paydo bo'lishi uchun sharoit va asoslar har xil. Bu ushbu oqimlarning ketma-ket o'zgarishi bo'lib, ulardan biri ikkinchi oqimning oldingi ishlashi asosida paydo bo'lishiga imkon

beradi. Bu shuni anglatadiki, logistikaning taniqli pozitsiyasi shundan iboratki, unda har bir material oqimiga ma'lumot oqimi mos keladi va oqimlar harakati sinxron, noto'g'ri bo'lishi kerak. Birinchidan, qoida tariqasida, bitta emas, balki bir nechta ma'lumot oqimi bitta material oqimiga to'g'ri keladi. Ikkinchidan, dastlab bir yoki ikkita axborot oqimi tug'iladi va shundan keyingina material oqimini shakllantirish uchun asoslar paydo bo'ladi. Uchinchidan, material oqimi allaqachon yaratilganida, uning holati haqida ma'lumot ko'pincha tugallangan material oqimining holatini baholash sifatida material oqimi harakati vaqtiga nisbatan kech shakllanadi. Ishlab chiqaruvchi tomonidan moddiy resurslarni sotish bosqichida ham, sotib olish bosqichida ham ishonchli logistika jarayonini tashkil etish, axborot oqimlaridan oldin axborot oqimini yaratishni talab qiladi.

Moddiy oqimlarni axborot bilan ta'minlash ko'pincha vaqt va makonda moddiy resurslarning jismoniy harakati jarayonidan ajralib turadi. Ammo moddiy oqimlarning harakatidan kelib chiqadigan bir qator ma'lumotlar na vaqt va na fazoda izolyatsiya qilinmaydi va ular bilan birga sinxron ravishda harakatlanadi. Ushbu axborot oqimlari tovarlar hamrohlari tomonidan amalga oshiriladi: agentlar, ekspeditorlar. Ko'pincha tashqi axborot oqimlari tashqi muhitda logistika jarayonini kuzatish va yo'naltirish, muvofiqlashtirish, tuzatish, takomillashtirishga imkon beradi.

Tashqi ma'lumotlar oqimi ba'zi hollarda bir nechta yo'nalishga ega. Ushbu qabul qiluvchilardan faqat bittasi material oqimi oluvchisidir, uning ma'lumotlari axborot oqimida mavjud va bu oluvchi uchun ikkala oqim ham bitta yo'l bo'ylab harakatlanadi. Bunday axborot oqimlarining qolgan yo'nalishlari material oqimi harakatlanadigan yo'ldan farq qiladi. Tashqi axborot oqimlari axborot tashuvchilarni ro'yxatga olishni to'liq amalga oshirishda ichki oqimlardan farq qiladi, ularning imzosi va muhri bilan tasdiqlanadi. Ichki axborot oqimi logistika jarayonining bosqichlarini aniq tavsiflaydi - yetkazib berish, ichki ishlab chiqarish, sotish. Axborot oqimlari asosida tovarlarni sotib olish va sotish jarayonini boshlash, ularni korxonani sotib olingan moddiy resurslar bilan ta'minlashning yakuniy bosqichi bo'lgan korxonada omboriga qabul qilish to'g'risidagi akt yozib olinadi.

Ayrim ishlab chiqarish bo'linmalari - do'konlar va bo'limlar ichida bo'lib, eng oddiy ma'lumotlar oqimi sanaladi. Ular, qoida

tariqasida, qisman hujjatlantirilgan, ko'pincha og'zaki xabarlardan iborat.

Logistikada axborot oqimlarini boshqarish o'z-o'zidan maqsad emas, balki material oqimlarini boshqarish, ularni shakllantirish, harakat qilish, qabul qilish vositasidir. Axborot oqimlarini mohirona boshqarish bilan ularni shakllantirish, uzatish, qabul qilish va saqlash xarajatlari kamaytiriladi, ma'lumotlar almashinuvi tezlashadi, axborot yo'lining har bir qismida aloqa vositalarining o'tkazish qobiliyati va operatorlarning malakasi hisobga olinadi, ular tomonidan ish bilan ta'minlanadi.

Axborot oqimlarini rejalashtirish sizga ma'lumot uzatish, muvofiqlashtirish va qabul qilish joylarida ushbu oqimlarga xizmat ko'rsatish uchun zarur bo'lgan aloqa vositalarining o'tkazish qobiliyatini oldindan aniqlash imkonini beradi. Axborot oqimlarini loyihalashda ularning oqilona yo'llari va aloqa vositalari bilan ishlash tartibi tanlanadi. Natijada axborot oqimi logistikasining ishonchliligini ta'minlaydi. Bu shuni anglatadiki, axborot oqimi yaxshi tashkil etilgan, o'ylangan va hisoblangan bo'lishi kerak. Busiz, moddiy oqimlarni to'g'ri axborot bilan ta'minlash mumkin emas.

7.5. Logistikada avtomatlashtirilgan shtrix kodni aniqlash texnologiyasidan foydalanish

Logistika tizimini samarali boshqarish uchun har qanday vaqtda kirish va chiquvchi material oqimlari, shuningdek, logistika tizimida aylanib yuradigan material oqimi haqida ma'lumot bo'lishi kerak. Ushbu muammo har bir yuk birligini aniqlash qobiliyatiga ega bo'lgan mikroprosessor texnologiyasi yordamida hal qilinadi. Turli shtrix-kodlarni o'qiydigan uskunalari, logistika operatsiyasi to'g'risida, uni bajarish vaqti va joyida (sanoat korxonalarida omborlarida, ulgurji bazalarda, do'konlarda va transportda) ma'lumot olish imkoniyatini beradi. Olingan ma'lumotlar real vaqt rejimida qayta ishlanadi.

Shtrix kod-bu ma'lum qoidalarga muvofiq qurilgan, turli xil kenglikdagi qorong'u va yorug'lik chiziqlar almashinishidir. Shtrixli kodning tasviri ob'ektga, ya'ni logistika tizimidagi boshqarish ob'ekti sifatida qo'llaniladi. Ushbu mahsulotni ro'yxatdan o'tkazish uchun skanerlash operatsiyasini bajaring. Bunday holda, skanerlash moslamasidan kichkina nurli nuqta yoki lazer nuri shtrix-kod bo'ylab siljiydi va o'zgaruvchan qorong'i va yorug'lik chiziqlari bilan kesishadi.

Yorug'lik chiziqlaridan aks ettirilgan yorug'lik nurlari fotosensitiv qurilma tomonidan ushlanib, diskret elektr signaliga aylantiriladi. Qabul qilingan signalning o'zgarishi aks ettirilgan nurning o'zgarishiga bog'liq. EHM, shifrni ochish signalini yaratib, uni raqamli kodga o'zgartiradi.

Avtomatlashtirilgan ma'lumotlarni yig'ish har xil turdagi shtrix-kodlardan foydalanishga asoslangan bo'lib, ularning har biri o'zining texnologik afzalliklariga ega. Keling, **EAN-13** kodini batafsil ko'rib chiqaylik - iste'mol tovarlarini kodlash uchun ishlatiladigan 13 xonali kod (5.4-rasm), unda mamlakat, tovar ishlab chiqaruvchisi, tovarlarning xususiyatlari va chek raqamlari to'g'risidagi ma'lumotlar mavjud. Mahsulotni ishlab chiqarishga joriy etish bosqichida unga 13 raqamli raqamli kod beriladi, keyinchalik u ushbu mahsulotga chiziqlar va bo'shliqlar ko'rinishida qo'llaniladi. Dastlabki ikki yoki uchta raqam EAN uyushmasi tomonidan unga belgilangan tartibda berilgan mamlakat kodini ko'rsatadi. Kodning ushbu qismini bayroq deb nomlash odatiy holdir.



Rasm 7.3. EAN-13 kodi, tashqi ko'rinishi va tuzilishi

Keyingi to'rtta raqam ishlab chiqaruvchining indeksidir. Mamlakat kodi va ishlab chiqaruvchi kodning kombinatsiyasi - bu belgilangan mahsulotni ishlab chiqaradigan korxonani aniq belgilaydigan raqamlarning noyob birikmasidir. Qolgan kod raqamlari ishlab chiqaruvchiga o'z mahsulotlarini o'z xohishiga ko'ra kodlash uchun beriladi. Bunday holda, kodlashni noldan boshlash mumkin va 99999 gacha davom etadi. Shunday qilib, EAN kodining birinchi o'n ikki raqami har qanday mahsulotni umumiy populyatsiyada noyob aniqlaydi. Kodning oxirgi, o'n uchinchi raqami - bu chek. Oldingi o'n ikki raqamga asoslangan maxsus algoritim

bo'yicha hisoblanadi. Shtrix-kodning bir yoki bir nechta raqamlarini noto'g'ri dekodlash kompyuterning nazorat raqamini o'n ikki raqam asosida hisoblab chiqishiga va uni mahsulotda bosilgan tasdiq raqamiga mos kelmasligiga olib keladi. Qabul qilingan skanerlash tasdiqlanmaydi va kodni o'qishni takrorlash kerak bo'ladi. Shunday qilib, tekshirish raqami shtrix-kodning ishonchli ishlashini ta'minlaydi, butun tizimning barqarorligi va ishonchliligining kafolati hisoblanadi. Tekshirish raqamini oddiy algoritm yordamida va mustaqil ravishda tekshirish mumkin. Buning uchun:

1. juft joylarda turgan barcha raqamlarni qo'shing.
2. olingan miqdorni 3 ga ko'paytiring; olingan X natijani eslab qolish kerak.
3. oxirgi (nazorat) raqamisiz, toq joylarda bo'lgan barcha raqamlarni qo'shing.
4. ushbu songa X sonini qo'shing; Olingan miqdor UR deb nomlanadi.
5. biz ushbu ikki raqamli raqamdan faqat ikkinchi P sonini qoldiramiz.
6. $10 - P$ farqni hisoblaylik
7. natija tekshirish raqamiga mos kelishi kerak.

Ushbu algoritmni ofis jihozlari uchun shtrix-kodda tekshirib ko'ramiz: 4603976100024.

1. $6 + 3 + 7 + 1 + 0 + 2 = 19$ 2. $19 \cdot 3 = 57$ (X)
2. $4 + 0 + 9 + 6 + 0 + 0 = 19$
3. $19 + 57 = 86$
4. 6
5. $10 - 6$
6. 4

Mahsulotga kompyuter klaviaturasidan qo'lda kiritilgan ma'lumotlar kiritilgan har 300 ta belgi uchun o'rtacha bitta xato. Shtrixli kodlardan foydalanganda, bu ko'rsatkich 3 million belgiga bitta xatoga kamayadi.

Asosiy afzalliklari.

- **Ishlab chiqarishda:**
- har bir uchastkada mahsulot va uning qismlarining harakatini, shuningdek, umuman korxonada logistika jarayonining holatini hisobga olish va nazorat qilishning yagona tizimini yaratish;

- yordamchi xodimlar va hisobot hujjatlari sonini kamaytirish, xatolarni bartaraf etish.

Omborxonada:

- buxgalteriya hisobi va material oqimining harakati ustidan nazoratni avtomatlashtirish;
- inventarizatsiya jarayonini avtomatlashtirish;
- moddiy va axborot oqimi bilan logistika operatsiyalari vaqtini qisqartirish.

Savdoda:

- materiallar oqimini hisobga olishning yagona tizimini yaratish;
- buyurtmalarni avtomatlashtirish va tovarlarni inventarizatsiya qilish; - mijozlarga xizmat ko'rsatish vaqtini qisqartirish.

jadval 7.2.

Turli xil shtrix kodlarini qo'llash doirasi

№	Kodni nomlanishi	Kodni qo'llash
1	Kod ITF – 14 – to'g'riburchakli kontur bilan	Yuklarni kodlash uchun (jo'natma paketlar) gofralangan qadoqlarda chop etish oson
2	Kod 128	Qo'shimcha ma'lumotni kodlaydi (lot raqami, ishlab chiqarilgan sana, amalga oshirish muddati...)
3	Kod «2 dan 5 gacha o'zgaruvchan»	Cheklangan maydon yuzasida kata miqdordagi ma'lumotlarni kodlash uchun ishlatiladi
4	Kod EAN - 13	Eng ko'p tarqalgan kodlardan biri, iste'mol tovarlarni kodlash uchun ishlatiladi

Takrorlash uchun savollar.

1. Logistik ma'lumot deganda nimani tushunasiz?
2. Qanday hujjatlar turlarini bilasiz?
3. Axborot tizimi nima. Uni yaratishda qanday maqsadlar ko'zlangan?
4. Axborot tizimi qanday vazifalarni hal qiladi?
5. O'zbekistonda ishlatiladigan qanday boshqaruv menejmenti tizimlari sizga ma'lum?

8-mavzu. XARID QILISH LOGISTIKASI

- 8.1. Xarid qilish logistikasining vazifalari va funksiyalari
- 8.2. Xarid qilish logistikasining ishlash mexanizmi
- 8.3. Xaridni rejalashtirish
- 8.4. Yetkazib beruvchini tanlash, takliflarni qabul qilish va baholash.

8.1. Xarid qilish logistikasining vazifalari va funksiyalari

Xarid qilish bu korxonani ishlab chiqarish uchun moddiy resurslar bilan ta'minlash, uni omborlarga joylashtirish, saqlash va kerak bo'lganda ishlab chiqarishga yetkazib berish jarayoni. Bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlarda xaridlar logistikasining asosiy maqsadi eng yuqori iqtisodiy samaradorlikka ega materiallarga bo'lgan ishlab chiqarish ehtiyojlarini qondirishdir. Xarid qilish logistikasining iqtisodiy samaradorligining asosi qoniqarli sifatli kerakli materiallarni eng past narxlarda izlash va sotib olishdir. Tegishli firmalar bo'limlari tomonidan olib boriladigan bozorni o'rganishda narxlar masalasi asosiy hisoblanadi, ammo boshqa omillar, shu jumladan mumkin bo'lgan logistika xarajatlari va yetkazib berish vaqtlari tahlili ham muhim rol o'ynaydi. Ulgurji xaridor uchun ushbu holat xarajatlarni aniq hisoblashni talab qiladi. Taqsimot xarajatlarining ko'p mehnat talab qiladigan va kapitalni ko'p talab qiladigan tarmoqlarda ishlab chiqarish xarajatlari darajasiga ta'siri darajasi iqtisodiyotning boshqa tarmoqlariga (ayniqsa, material ko'p talab qilinadigan) nisbatan kam bo'lsa-da, xom ashyo va materiallarni sotib olish xarajatlarini hisoblash ko'p jihatdan yakuniy mahsulotlarni ishlab chiqarish va sotish strategiyasini belgilaydi.

G'arbiy xaridlar amaliyotida bir qator «umumiy qoidalar» yoki tavsiyalar ishlab chiqilgan bo'lib, ular nafaqat yetkazib beruvchilar va bank sektori bilan munosabatlarni sezilarli darajada osonlashtiradi, balki kompaniyaning mavqeini mustahkamlaydi va raqobatda tirik qolish uchun sharoit yaratadi. Ushbu noyob kod hamkorlikning axloqiy me'yorlarini tavsiflaydi. Buni quyidagicha umumlashtirish mumkin: mahsulotni muvaffaqiyatli tayyorlash va ishlab chiqarishning asosi (ceteris paribus) bir tomondan tadbirkor va boshqa tomondan kreditorlar va yetkazib beruvchilar o'rtasidagi yaxshi

munosabatlardir. Kreditorlar bilan munosabatlarga alohida e'tibor qaratish lozim, chunki ularning ishonchi va yordam berishga tayyorligi ayniqsa muhimdir.

Ta'minlovchilar bilan munosabatlarda bir nechta asosiy tamoyillarga rioya qilish tavsiya etiladi:

- yetkazib beruvchilarga kompaniya mijozlari kabi munosabatda bo'lish;
- Amaliyotda manfaatlar hamjamiyatini namoyish qilishni unutmang;
- yetkazib beruvchini ularning vazifalari bilan tanishtirish va uning biznes faoliyati to'g'risida xabardor bo'lish;
- yetkazib beruvchida muammolar bo'lgan taqdirda yordam berishga tayyorligini ko'rsatish;
- o'z majburiyatlarini bajarish;
- biznes amaliyotida yetkazib beruvchining manfaatlarini hisobga olish;
- iloji boricha biznes sohasida barqaror aloqalarni saqlab turish.

Logistika zanjirining "sotib olish" bo'g'inini optimallashtirishga nafaqat yuqorida sanab o'tilgan tashqi omillar, balki boshqa yo'nalishlarning maqbul faoliyati va maqsadlarini har xil tushunish bilan bog'liq ichki ustuvorliklar ham ta'sir qiladi, bu firmalarning turli tarkibiy bo'linmalari o'rtasida iqtisodiy kelishuvlarni izlashni taqozo etadi.

Iqtisodiyotning yangi yo'nalishlarini rivojlantirish va G'arbning rivojlangan mamlakatlari bozorlariga tovarlarni yetkazib berishni kengaytirish xom ashyo sotib olish sohasidagi vazifalarni murakkablashtirmoqda. Muvaffaqiyatli xaridlar ular amalga oshiriladigan bozorlar to'g'risida keng ma'lumotni talab qiladi. Xarid qilish bozorini o'rganish maqsadlariga kelsak, ular bozor imkoniyatlarini aniqlash va xaridlarni optimallashtirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish maqsadida batafsil ma'lumotni muntazam yig'ish va baholashdan iborat. Bozorni o'rganishning boshlang'ich nuqtasi muammoning aniq shakllangan bayoni bo'lishi kerak. Tadqiqot uchun turtki sifatida xarajatlar hajmi, o'zining shaxsiy sotish dasturidagi o'zgarishlar, texnologik taraqqiyot natijalaridan foydalanish, kompaniyaning bozor ulushini oshirish, raqobat, yetkazib beruvchilarning ishonchsizligi, kelajakda yetkazib berish hajmining

noaniqligi va boshqa ko'pgina narsalar bo'lishi mumkin. Bozorni o'rganish muammosini hal qilishning eng sodda algoritmi, uni axborot bilan ta'minlash tuzilmasi, bozor turlarining ro'yxati va uning tuzilishi va dinamikasiga oid savollar bilan ifodalanishi mumkin.

Xarid qilish bozori, xom ashyo va materiallar bozorida tadqiqotlar o'tkazish maqsadi bir vaqtning o'zida o'rganilishi kerak bo'lgan **bozor turlarini** aniqlaydi. Bozor quyidagi turlarga ajratiladi:

- to'g'ridan-to'g'ri bozorlar (hozirgi vaqtda xom ashyo talabiga javob beradigan);
- bilvosita bozorlar (yetkazib beruvchilar foydalanadigan bozorlar);
- o'rnini bosadigan mahsulotlar bozori (to'liq yoki qisman almashtirilgan mahsulotlar);
- yangi bozorlar.

Olingan ma'lumotlar taklif, talab va bozor balansi kabi bozor toifalarini aks ettirishi kerak. Ushbu ma'lumotlarga asosan, qoida tariqasida, quyidagi savollarga javob beriladi:

- O'rganilayotgan bozorning tuzilishi nima yoki bozorning qaysi shakli mavjud?
- O'rganilayotgan bozor qanday tashkil etilgan yoki talab va taklif muvozanati qanday amalga oshiriladi?
- Bozorning tuzilishi va tashkil etilishi qanday rivojlanadi? Ushbu savollarning ma'nosini yaxshiroq tushunish va ularga ishonchli javob olish uchun ma'lumotlar ko'pincha uch jihat bo'yicha taqdim etiladi:
 - zamonaviy bozor tahlili;
 - bozor sharoitidagi o'zgarish dinamikasi;
 - bozor o'zgarishlari bashoratlari.

Tahlil o'tkazishda potensial iste'molchilarning talablari sanoat tovarlarini xarid qilish bozorini o'rganish uchun muhim vosita hisoblanadi. So'rovlardan foydalanib, bozor potensial talabga e'tibor qaratishi mumkin. Xom ashyo sotib olishni bozor tadqiqoti korxonada ichida va yangi tadqiqotlar va tarkibiy qismlarning xususiyatlari bilan bog'liq bo'lgan ilmiy tadqiqotlar va dizayn ishlanmalarida yuzaga keladigan muammolarni hal qilish vositasi sifatida ko'rib chiqilishi mumkin. Bundan tashqari, xom ashyo sotib olish bozoridagi o'zgarishlar va rivojlanish tendentsiyalari to'g'risidagi muhim

ma'lumotlarni korxonada yoki uy ichidagi hisobot asosida olish mumkinligini yodda tutish kerak.

Xom ashyo va tarkibiy qismlarni sotib olish bo'yicha bozorni o'rganish odatda yangi mahsulotlarni ishlab chiqish bilan parallel ravishda amalga oshiriladi. Masalan, mashinasozlikda bu mahsulotni yaratish bosqichida boshlanadi va amalga oshiriladi. Taqsimot organlarining vazifasi - dizaynerlarga tegishli ishlarga to'liq va ob'ektiv yo'naltirish maqsadida amalga oshirilayotgan ishning profiliga kerakli kataloglar, tavsiflar va prospektlarni taqdim etishdan iborat. Shu bilan birga, kataloglar va tavsiflar odatda narx to'g'risidagi ma'lumotlarni o'z ichiga olmaydi, ularsiz materiallar va kelajak mahsulotlarning dizayni uchun iqtisodiy jihatdan samarali yechimga erishish qiyin. Shu sababli, yetkazib berish organlarining to'g'ridan-to'g'ri vazifasi narxlar, yetkazib berish muddati, transport xarajatlari to'g'risida ma'lumot to'plash va ularning maqbul kombinatsiyasini izlashdir.

Materiallar miqdori, yetkazib berishning boshlanishi va ularni qabul qilish muddati kompaniyaning ishlab chiqarish dasturlariga bog'liq bo'lib, ular o'z navbatida sotish bozorlarini o'rganish natijalari bilan belgilanadi. Ko'pgina kompaniyalar uchun keng tarqalgan muammo quyidagidir: qanday qilib ishlab chiqarish dasturini amalga oshirish mumkin: materiallarni bardoshli, lekin har doim ham iqtisodiy jihatdan arzon narxlarda yetkazib berish bilan yoki iqtisodiy jihatdan samarali materiallarni sotib olish uchun qo'shimcha vaqt sarflanishi sababli mahsulot ishlab chiqarishni kechiktirish bilanmi? Bozorni o'rganib chiqib, har qanday aniq yetkazib beruvchilarga e'tiborni qaratgandan so'ng, ta'minot bo'limi korxonada yoki kompaniyaning aniq yetkazib berishga bo'lgan ehtiyojini aniqlashi shart.

8.2. Xarid qilish logistikasining ishlash mexanizmi

Sanoati rivojlangan asosiy mamlakatlarda moddiy-texnik ta'minotning ko'proq yoki kam standart mexanizmi mavjud. Masalan, Germaniyada ishlab chiqarish sohalarida ishlab chiqarish jarayonini moddiy ta'minlash ta'minot korxonalari omborlari, markaziy omborlar va yetkazib berilgan korxonalarining omborlari tizimiga asoslanadi.

Moddiy ta'minotni tashkil etishning an'anaviy tizimi zaxiralash tamoyili bilan bog'liq. Bunday holda, ishlab chiqarish uchun zarur materiallarni kompaniyaning omborida olish uchun hujjat talab qilinadi, u erda ushbu materiallar tanlanadi va qabul qiluvchiga beriladi yoki to'g'ridan-to'g'ri ish joyiga etkaziladi. Agar kompaniya tomonidan talab qilinadigan materiallar kompaniyaning omborida bo'lmasa, xarid qilish organiga so'rov yuboriladi. Talab asosida xarid qilish organi buyurtma beradi va uni yetkazib beruvchiga yuboradi. Yetkazib beruvchi buyurtmani qabul qiladi va tovarlarning jo'natilishini ta'minlaydi. Katta miqdordagi materiallar buyurtmachining korxonasiga odatda avtomobil yoki temir yo'l orqali yuboriladi. Buyurtma qilingan tovarlar ular qabul qilingandan so'ng kompaniyaning markaziy qabul qilish punktida qabul qilinadi. Bu erda ular materiallarning sifati, ularning miqdori va nomenklaturasi bo'yicha talablarga muvofiqligini tekshiradilar. Tovarlar kelib tushishi to'g'risidagi tegishli hujjatlar to'ldirilgandan so'ng, ular ayrim tarmoqlarga yetkazib beriladi.

Ishlarning muhim tarmoqlanishi va turli xil variantlari, shuningdek, kompaniya rahbariyatining o'z korxonalarining logistika tizimini qat'iy hisobga olish va nazorat qilishni tabiiy istagi tufayli, yuqoridagi sxemaning bitta tarkibiy elementidan ikkinchisiga o'tishga mos keladigan hujjatlar oqimlari asosan maxsus ishlab chiqilgan bo'ladi. Masalan, xarid qilish bo'limi yoki vositachi 9-10 ta hujjatlarni yetkazib beruvchiga topshiradi, buyurtmani bajaruvchi yetkazib beruvchi esa 14 tagacha hujjatlarni markaziy punktga o'tkazadi. Umuman olganda, turli xil bo'limlar va bo'linmalar uchun tegishli nusxalari bo'lgan ko'plab shakllar an'anaviy materiallarni yetkazib berish tizimi doirasida ma'muriy xarajatlar miqdori to'g'risida tasavvur beradi. Buyurtmachi va yetkazib beruvchi, materialni buyurtma qilish, uni yetkazib berish va qabul qilish buyurtmalaridan boshlab, taxminan 15 ta hujjat shakllaridan foydalanadi, ularning soni bitta nusxani qayta ishlash uchun 50 nusxagacha ko'payadi. Hujjatlar almashinuvi jarayoni kompyuterlar va avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari yordamida osonlashtiriladi, ammo ma'lumotlarning oqimi juda katta. G'arbiy Germaniyalik mutaxassislarining fikriga ko'ra, tizimdagi havolalar soni juda katta.

Ko'p sonli shakllarni qayta ishlash va qayta ishlash ko'p vaqt talab etadi, bu esa materiallarni kutayotgan mijozlarga katta zarar yetkazadi. Yetkazib berishni tashkil etish siklining davomiyligi buyurtmalarni bajarishda mumkin bo'lgan xatolarga olib keladi. Ba'zi xatolar, materiallar allaqachon mo'ljallangan joyga etkazilganida aniqlanadi. Ushbu ko'p sonli shakllar to'plamini qayta ishlash tegishli xodimlarning mavjudligini va katta xarajatlarni talab qiladi.

Zaxiralarni an'anaviy xarid qilish tizimida saqlash o'ziga xos ma'muriy va mehnat xarajatlari bilan omborlar majmuasining mavjudligini o'z ichiga oladi.

Omborlarni saqlash xarajatlarining asosiy moddalarini quyidagicha guruhlash mumkin:

Ombor tarkibi:

- a) ombor binolarining eskirishi;
- b) ombor uskunalarining eskirishi;
- v) profilaktika xarajatlari;
- d) isitish, elektr energiyasi va suv xarajatlari;
- e) qurilish sug'urtasi va er solig'i;
- e) ijaraga olish.

Xodimlar uchun xarajatlar:

- a) ombor ishchilari va xizmatchilarining ish haqi;
- b) ishchilar va ishchilarning ijtimoiy ehtiyojlari uchun xarajatlar.

Avtotransport xarajatlari:

- a) amortizatsiya;
- b) yoqilg'i va energiya xarajatlari;
- c) profilaktika va texnik xizmat ko'rsatish xarajatlari;
- d) sug'urta va transport vositalariga soliq.

Zaxiralarni yig'ishdagi yo'qotishlar:

- a) materiallarni saqlash va eskirish;
- b) korroziya va boshqa yo'qotishlar;
- v) tovar-moddiy zaxiralar natijalaridagi tafovutlar (buxgalteriya hisobidagi xatolar)
- d) o'g'irlik;
- e) narxlarning pasayishi sababli yo'qotishlar;
- j) zaxiralarni sug'urtalash.

G'arb iqtisodchilari shuningdek, omborlarni saqlash uchun sarf-xarajatlarning asosiy moddalarini sarmoyaga qiziqishning yo'qolishi deb ataydilar, agar ular omborxonada qurilishini moliyalashtirish va tegishli jihozlar bilan ta'minlash uchun bank hisobvarag'idan pul mablag'larini olish kerak bo'lmaganda olinishi mumkin edi. Sanab o'tilgan xarajatlar miqdori sezilarli darajada bo'lishi mumkin. Shu sababli, moddiy-texnik ta'minot tizimi doimiy ravishda optimallashtirilmoqda, ya'ni omborlarga bo'lgan ehtiyojni minimal darajaga tushiradigan, materiallarni buyurtma qilish va qabul qilish tartibini soddalashtiradigan va tizimning tezligini oshiradigan mexanizmlarni qidirish ishlari olib borilmoqda.

Logistika bilan shartnomalar tizimi an'anaviy tizimdan bir qator afzalliklarga ega. Birinchidan, bu qog'ozlarni pasaytirish va shunga mos ravishda ma'muriy xarajatlar. Biroq, iste'molchilar uchun asosiy yutuq - bu o'zlarining ko'pincha atomlashtirilgan ombor tizimidan voz kechish qobiliyatidir. Shartnomalar tizimi zaxiralarda muzlatilgan kapitalni bo'shatishga imkon beradi.

Shartnomalar bo'yicha moddiy-texnik ta'minotning muhim jihati shoshilinch yetkazib berishni tashkil qilish imkoniyatidir. Kerakli materiallar buyurtmachiga 24 soat ichida omborxonada turli xil namunalar mavjud bo'lgan savdo tashkiloti orqali yetkazib berilishi mumkin.

Shartnoma hujjatlariga quyidagilar kiradi: shartnomaning o'zi, materiallar kataloglari, buyurtmalarni tayyorlash va yetkazib berishni tashkil etish to'g'risidagi shartnomalar, shuningdek, kontrakt shartlarining bajarilishini nazorat qilish va qayd qilish bo'yicha ko'rsatmalar. Barcha hujjatlar shunday tuzilganki, logistika jarayonining uch bosqichida kompyuterlardan foydalanish mumkin. Xarid qilish logistikasiga savdo va xarid bozorlaridagi vaziyatning keskin o'zgarishi sharoitida ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

8.3. Xaridni rejalashtirish

Xarid logistikasi - bu xomashyo, materiallar, butlovchi buyumlar va ehtiyot qismlarni xarid qilish bozorida kompaniya omborlariga ko'chirish jarayoni. Xarid qilish logistikasining samarali ishlashi

uchun mahsulotni ishlab chiqarish uchun qanday materiallar zarurligini bilish, barcha yetkazib berish muammolarini hal qilish uchun barcha bo'limlar va korxonaning mansabdor shaxslari harakatlarining muvofiqligini ta'minlaydigan xaridlar rejasini tuzish kerak:

- tahlil qilish va ehtiyojlarni aniqlash, buyurtma qilingan materiallar miqdorini hisoblash;
- xarid usulini aniqlash;
- narxning muvofiqligi va shartnomani tuzish;
- yetkazib berish miqdori, sifati va muddati ustidan nazorat o'rnatish;
- tovarlarni omborga joylashtirishni tashkil etish.

Samarali rejalashtirish va axborot-logistika xizmatlari ishlab chiqarishni uzluksiz yetkazib berish ehtiyojlari va inventarizatsiyani minimallashtirish o'rtasidagi ziddiyatni bartaraf qilishi mumkin.

Xaridlarni rejalashtirish jarayonida quyidagilarni aniqlash kerak:

1. qanday materiallar talab qilinadi;
2. mahsulotni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan materiallar miqdori;
3. tovarlarni sotib olish mumkin bo'lgan yetkazib beruvchilarning imkoniyatlari;
4. korxonaning zarur ombor maydoni;
5. xarid xarajatlari;
6. korxonada ba'zi qismlarni mustaqil ishlab chiqarishni tashkil qilish imkoniyati.

Talablarni rejalashtirish texnikasi va materiallarini qo'llashning afzalligi shundaki, xarid qilish va ishlab chiqarish yakuniy mahsulotga bo'lgan ehtiyojdan kelib chiqqan holda rejalashtirilgan.

Agar iste'molchilar talabi o'zgarsa, siz bunday tebranishlarni yumshatish usulidan foydalanishingiz kerak. Ushbu usulni qo'llash oxirgi mahsulotga bo'lgan talab doimiy ravishda (masalan, mavsumiy) o'zgarib turadigan holatlarda tavsiya etiladi.

Alohida davrlar uchun bashorat qilinadigan qiymatlar "a"-omil deb nomlanadi, uning qiymati 0 dan I gacha bo'ladi. "A" qiymati qanchalik katta bo'lsa, yaqin o'tmishdagi davrlarning ta'siri shunchalik katta bo'ladi va usul haqiqiy iste'molni baholash uchun ko'proq mos keladi.

Materialga bo'lgan ehtiyojni aniqlash ancha mehnat talab qiladigan jarayon bo'lib, **to'rt bosqichni** o'z ichiga oladi:

Birinchi bosqichda materialga bo'lgan ehtiyoj moddiy talablarni rejalashtirish asosida aniqlanadi. Kerakli materialning asosiy xususiyatlari, ulardan mumkin bo'lgan og'ishlar, talab qilinadigan miqdor va materialni buyurtma shaklida xarid qilish bo'limiga yetkazib berish vaqti aniqlanadi. Ushbu bosqichda MRP (Moddiy talablarni rejalashtirish) tizimidan foydalanish mumkin - bu moddiy talablarni rejalashtirish yoki ishlab chiqarish manbalarini rejalashtirish tizimi. Ushbu tizimdan foydalanish buyurtmalarni, yetkazib berishni, butun savdo jarayonini boshqarish va hisobga olishni avtomatlashtirilgan boshqarishdan iborat.

Ikkinchi bosqich materiallarga buyurtma tayyorlashni o'z ichiga oladi. Materiallarni olish uchun ariza xarid qilish bo'limiga materialga bo'lgan ehtiyoj to'g'risida ichki xabardir. Muayyan pozitsiyada materialni olish uchun so'rov turi ko'rsatilgan. Materialga murojaat qilish turi materialning maqsadini aniqlaydi. Arizalar quyidagi turlarga kiradi:

- Oddiy yuklar;
- Ishlab chiqarish uchun ariza;
- Uchinchi tomonga yetkazib berish uchun ariza;
- zaxiralarni o'tkazishga buyurtma.

Materialni olish uchun arizada funktsional bo'lim kerakli materialning asosiy tavsiflari, material identifiqatori yoki materiallar guruhi ko'rinishidagi ulardan mumkin bo'lgan og'ishlar, talab qilinadigan miqdor va yetkazib berish vaqti to'g'risida hisobot beradi.

Materialni topshirish uchun talabnoma topshirishda, kerakli material yoki materiallar guruhining identifiqatori, miqdori va yetkazib berish vaqti aniq ko'rsatilishi kerak. Lavozimlarda, identifiqatordan tashqari, materialning qisqacha tavsifi yoki materiallar guruhi bo'lishi mumkin.

Uchinchi bosqich - materialga buyurtmani tasdiqlash. Ushbu bosqichda pudratchi material uchun buyurtmani tayyorlaydi va to'ldiradi, uning tarkibini funktsional bo'lim boshlig'i bilan muvofiqlashtiradi. Bunday muvofiqlashtirish talab qilinadigan "viza" ni ariza shaklidagi ma'lum joyga joylashtirish orqali amalga oshirilishi

mumkin. Agar tasdiqlash jarayonida o'zgarishlar talab qilingan bo'lsa, pudratchi material uchun arizani qayta tayyorlaydi, qayta ishlaydi va tasdiqlaydi.

8.4. Yetkazib beruvchini tanlash, takliflarni qabul qilish va baholash.

Tanlash usullari

Yetkazib beruvchini tanlashni korxonaning potensial yetkazib beruvchilarini izlash yoki tanlash jarayoni, ularni turli mezonlar bo'yicha baholash, shuningdek buyurtma berish uchun yakuniy tanlov sifatida aniqlash mumkin. Yetkazib beruvchini tanlash to'g'risidagi qaror nafaqat korxonaning aniq ehtiyojlarini eng yaxshi qondirilishini ta'minlashi, balki tanlangan logistika konsepsiyasiga mos kelishi, shuningdek, korxonaning umumiy strategiyasini amalga oshirishi kerak. Yetkazib beruvchini tanlashning asosiy bosqichlarini aytib o'tamiz:

1. Mumkin yetkazib beruvchilar ro'yxatini tayyorlash.
2. Materialni olish uchun arizaga muvofiq so'rovni tayyorlash va yuborish.
3. Takliflarni qabul qilish va baholash.
4. Yetkazib beruvchini tanlash.

1. Mumkin yetkazib beruvchilar ro'yxatini tayyorlash.

Ushbu bosqichda, material uchun qabul qilingan buyurtma asosida, xaridlar bo'yicha mutaxassisi uzoq muddatli hamkorlik shartnomalari tuzilgan va, ehtimol, turli xil ma'lumot kanallari orqali aniqlangan yangi yetkazib beruvchilardan iborat bo'lishi mumkin bo'lgan yetkazib beruvchilar ro'yxatini tuzadi, ilgari olingan tijorat takliflarini tahlil qiladi.

2. So'rovni tayyorlash va yuborish.

Ushbu materialga buyurtmanomaga binoan, xarid qilish bo'limi material uchun so'rov tayyorlaydi, bu yetkazib beruvchiga materialni yetkazib berish uchun so'rov bo'lib, talab qilinadigan miqdori va yetkazib berish muddati talab shaklining tegishli pozitsiyalarida ko'rsatilgan. Tegishli tarzda tayyorlangan va tuzilgan so'rov xaridlar bo'limi boshlig'i bilan kelishiladi va agar kerak bo'lsa, unga tuzatishlar kiritiladi.

Materialni olish uchun arizaga muvofiq so'rov yuborish quyidagi bosqichlardan iborat:

1) Potensial yetkazib beruvchilar bilan yozishmalarni tashkil etish yoki tiklash.

Ushbu bosqichda tanlangan aloqa vositalaridan foydalangan holda potensial yetkazib beruvchilar bilan yozishmalar tashkil qilinadi yoki yangilanadi:

- An'anaviy pochta;
- Faks aloqasi;
- Elektron pochta
- Pudratchining (Buyurtmachining) vakili tomonidan shaxsiy yetkazib berish.

2) Materialni olish uchun arizaga muvofiq so'rovni tayyorlash va bajarish.

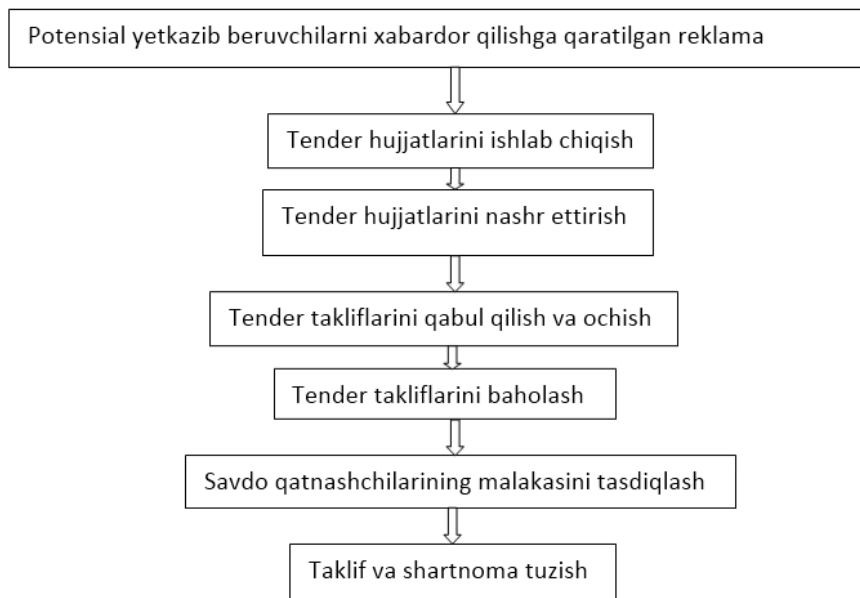
3) Potensial yetkazib beruvchilarga so'rov yuborishni ro'yxatdan o'tkazish.

So'rovni yuborish yozuvlari (u yuborilganida amalga oshiriladi) va uning olinganligini tasdiqlovchi hujjatlardagi ma'lumotlarga asoslanib, ro'yxatdan o'tish shakllariga kerakli yozuvlar kiritiladi.

3. Takliflarni qabul qilish va baholash.

Potensial yetkazib beruvchilardan takliflarni qabul qilish va baholash tartibi turli yo'llar bilan tashkil etilishi mumkin. Eng keng tarqalgan va samarali: 1) tanlov savdolari; 2) yetkazib beruvchi va iste'molchi o'rtasida yozma muzokaralar.

Konkursli savdolari (tenderlar) - potensial yetkazib beruvchilarni izlashning keng tarqalgan shakli. Raqobatli savdolar, agar katta miqdordagi pulga xom ashyo va butlovchi buyumlarni sotib olish rejalashtirilgan bo'lsa yoki yetkazib beruvchi va iste'molchi o'rtasida uzoq muddatli aloqalar o'rnatish rejalashtirilgan bo'lsa, o'tkaziladi. Raqobat savdolari yetkazib beruvchiga ham, iste'molchiga ham foydalidir. Yetkazib beruvchi iste'molchi bilan ishlash shartlari to'g'risida aniq tasavvurga ega bo'ladi. Iste'molchi talab qilinadigan mahsulotni olish muammolarini hal qilish va har jihatdan eng yaxshi yetkazib beruvchini tanlashni birlashtiradi. 8.1 rasmda tanlov bosqichlarini taqdim etadi.



Rasm 8.1. Tender bosqichlari

Tanlov savdolarini tashkil etish murakkab va ko'p qirrali ishdir. Biz sanoatning rivojlangan mamlakatlarida keng qo'llaniladigan ushbu imkoniyat bilan tanishish, yetkazib beruvchilar va iste'molchilar o'rtasida yuqori darajadagi samarali aloqalarni o'rnatish uchun zarur bo'lgan qisqacha ta'rif bilan chegaralanamiz.

Tender hujjatlarini ishlab chiqish juda ko'p vaqt talab qiladigan jarayon bo'lib, qoida tariqasida juda katta hajmga ega va bir qator muhim funktsiyalarni bajaradi. Ularning asosiylari (rasm 8.2.).

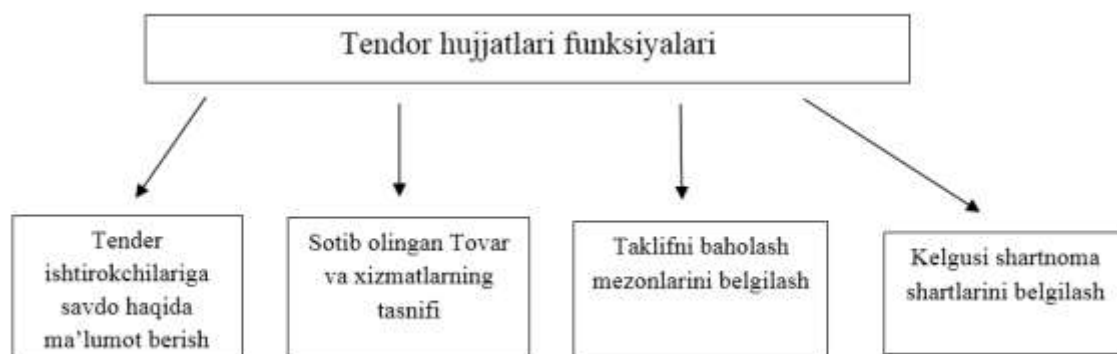
Tender taklifini baholash tender hujjatlarida belgilangan mezonlarga qat'iy muvofiq ravishda amalga oshiriladi. Baholash tartibining asosiy qoidalari quyidagilar:

1. Takliflarni baholashni amalga oshiradigan tender komissiyasi a'zolarini oldindan tayinlash.
2. Muvofiq bo'lgan takliflarni ko'rib chiqish tanlov hujjatlarida belgilangan talablar.
3. Tender hujjatlarida e'lon qilingan baholash tartib-qoidalariga so'zsiz rioya qilinishi.
4. Savdo ishtirokchilari bilan muzokaralar olib borilmasligi.

Tender komissiyasi tender takliflarini baholash to'g'risidagi hisobotni tuzadi, unda tender takliflari qanday baholanganligi, taklifni rad etish sabablari asosli va shartnomani imzolash bo'yicha tavsiyalar berilgan.

Malakaviy talablarga javob beradigan eng foydali tender taklifini taqdim etgan ishtirokchi tanlov savdolarining g'olibi hisoblanadi.

Potensial yetkazib beruvchidan taklif olishning yana bir varianti yetkazib beruvchi va iste'molchi o'rtasida yozma muzokaralar bo'lishidir. Yozma muzokaralar jarayonida iste'molchi potensial yetkazib beruvchidan tovarlarni yetkazib berish bo'yicha rasmiy taklifni oladi Buni ikki shaklda tashkil etish mumkin.



Rasm 8.2. Tender hujjatlarining asosiy funktsiyalari

Birinchisi, muzokaralarga kirish tashabbusi tovar sotuvchisidan kelib chiqadi. U o'z mahsulotlarini potensial xaridorlariga potensial takliflarni (yoki takliflarni) yuboradi. Ushbu hujjatlar tanlov savdolarida yetkazib beruvchilardan kelib tushgan takliflarga o'xshashdir. Tanlov savdolaridan farqli o'laroq, takliflar shakllari aniq belgilangan, yozma muzokaralar olib borilganda takliflar boshqa shakl va mazmunga ega bo'lishi mumkin. Odatda ular quyidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi:

- Mahsulot nomi;
- tovarlarning miqdori va sifati;
- narx
- yetkazib berish shartlari;
- to'lov shartlari;
- idishlar va qadoqlash xususiyatlari;
- qabul qilish tartibi.

Takliflar qat'iy va erkin bo'lishi mumkin. **Qat'iy taklif** faqat bitta xaridorga yuboriladi, bunda sotuvchi uning shartlarini o'zgartira olmaydigan taklifning haqiqiylikini ko'rsatadi. Ushbu vaqt ichida javob olmaslik xaridorning yetkazib berishni rad etish bilan barobar bo'lib, sotuvchini taklifdan ozod qiladi. Agar xaridor taklifni qabul

qilsa, u sotuvchiga taklifning amal qilish muddati davomida taklifni qabul qilingani to'g'risidagi tasdiqni yuboradi. Sotuvchi sotuvchiga yuborilishi mumkin. Agar kontragentlar taklifning amal qilish muddati davomida kelisha olmasalar, u holda muzokaralar sotuvchining o'zi tomonidan qat'iy taklif bo'yicha olgan majburiyatlarini hisobga olmagan holda davom etadi. Qat'iy takliflar odatda an'anaviy sheriklarga yuboriladi.

Erkin taklifda sotuvchining xaridorga nisbatan majburiyati yo'q. U cheksiz miqdordagi potensial iste'molchilarga yuborilishi mumkin va yuqorida ko'rsatilgan tafsilotlarni, shuningdek reklama va axborot materiallarini o'z ichiga oladi.

Yetkazib beruvchi va iste'molchi o'rtasida yozma muzokaralarni tashkil etishning ikkinchi usulida, muzokaralarga kirish tashabbusi xaridor tomonidan kelib chiqadi. U potensial yetkazib beruvchilarga tijorat xatini yoki so'rovini yuboradi, uning asosiy maqsadi taklif olishdir. So'rovda barcha kerakli ma'lumotlar ko'rsatilgan (mahsulot nomi, talab qilinadigan sifat, yetkazib berish shartlari, to'lov shartlari va boshqalar), javob taklifida ko'rsatilgan narxlar bundan mustasno. Agar potensial xaridor o'zining doimiy hamkorlariga murojaat qilsa, so'rov o'rniga buyurtma yuborilishi mumkin.

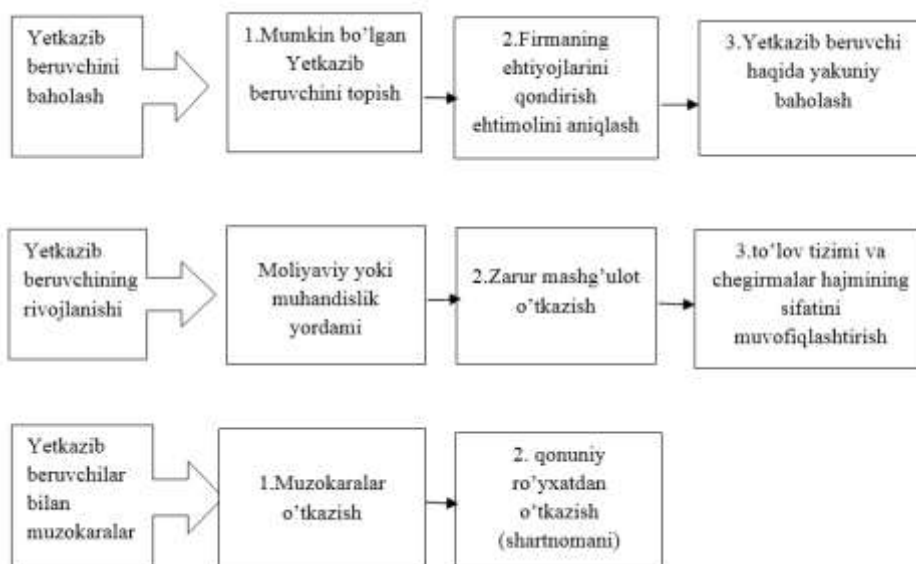
Potensial iste'molchi tomonidan tushgan takliflarni baholash turli usullar bilan amalga oshirilishi mumkin. Bu raqobatli savdo sharoitida yoki erkinroq prosedura kabi qat'iy tartibga solinadigan jarayon bo'lishi mumkin. Ko'pincha, takliflarni tanlashning asosiy mezonlari - bu minimal narx bilan birlashtirilgan yuqori sifat.

4. Yetkazib beruvchilarni tanlash.

Yetkazib beruvchini baholash uchun sifat mezonlariga javob beradigan, talab qilinadigan ta'minot, yetkazib berish shartlari, narxning hajmi va xizmat ko'rsatish darajasini ta'minlaydigan tanlov mezonlarini aniqlash kerak.

Uzoq vaqt davomida yetkazib beruvchilar bilan yaqin munosabatlar, qoida tariqasida, xaridorgir korxonaning raqobatdoshligi oshib borishiga ta'sir ko'rsatuvchi juda yaxshi natijalarni beradi. Ushbu munosabatlar ko'pincha savdo hajmini oshirish, shuningdek ishlab chiqarish mahsulotlarini takomillashtirishning to'g'ri usuli hisoblanadi. Taqsimotchi yangi texnologiyalar, materiallar, jarayonlar sohasidagi

g'oyalar manbai bo'lishi mumkin. Xarid qilish funksiyasini to'g'ri o'rganish korxonada ishlaydigan odamlarga juda ko'p zarur ma'lumotlarni yetkazadi. Uch bosqichli jarayon asosida qurilgan va yetkazib beruvchi bilan yaxshi munosabatlarni ta'minlagan holda xarid qilishning yuqori darajada rivojlangan funksiyasi quyidagicha (8.3-rasm).



Rasm 8.3. Yetkazib beruvchilar bilan ishlash bosqichlari

Yetkazib beruvchilar reytingi. Buning uchun quyidagi bo'limlar yoritilgan holda yetkazib beruvchilarning reyting standartlaridan foydalanish mumkin:

Mahsulot - sifat, qadoqlash, standartlashtirish, kafolat.

Narx - bu, masalan, korxonaga qiyofasining o'zgarishi, kompaniyaning faoliyat sohasining ijtimoiy ahamiyati, ishlab chiqarishning o'sishi va rivojlanishi istiqbollarni o'z ichiga olishi mumkin bo'lgan mahsulotlar (xizmatlar) narxini va pul bo'lmagan qat'iy qiymatni o'z ichiga olgan mahsulot yoki xizmatlarni sotib olish qiymati.

Xizmatlar - o'z vaqtida yetkazib berish, mahsulotni yetkazib berish holati, xavfsizlik va ko'rsatmalarga rioya qilish, nosozliklar soni, shikoyatlarni ko'rib chiqish, texnik nazorat, favqulodda yordam, shartnoma sanasi bo'yicha yetkazib berish, sotish narxini darhol belgilash.

Savdo xodimari - o'z kompaniyasini, o'z mahsulotini, xaridorning sohasini, xaridor kompaniyasini bilish.

Savdo hajmi - shu jumladan kelishuv bo'yicha, rejalashtirish va tayyorlash natijasida, bajarish tezligi.

Savdo xizmati - yakuniy hisob-kitoblarning tezligi, buyurtmani bajarish tartibi, yetkazib berishni qo'llab-quvvatlash, da'volarni qabul qilish.

Boshqa mezonlar - yetkazib beruvchining iste'molchidan masofasi; yetkazib beruvchida zaxira quvvatining mavjudligi - joriy va favqulodda vaziyatlarni buyurtma qilish muddati va boshqalar.

Taqsimotchining yakuniy reytingi - reyting.

Agar kompaniya ta'minotchi tashkilot bilan uzoq muddatli munosabatlarga tayanadigan bo'lsa, unda u moliyaviy ahvolga, sifatga, menejmentga, tadqiqotga va texnik imkoniyatlarga e'tibor berishi kerak. Ushbu ko'rsatkichlarni baholash paytida ham imkoniyatlarni hisobga olishi kerak bo'lib, vaqt o'tishi bilan tobora muhim rol o'ynaydi.

Yetkazib beruvchilarni rivojlantirish. Ta'minlovchini baholab, ijobiy va salbiy tomonlarini aniqlagandan so'ng, savol tug'iladi: ushbu yetkazib beruvchini o'z manfaati yo'nalishi bo'yicha qanday integratsiya qilish kerak? Chora-tadbirlar kompleksi juda xilma-xil bo'lishi mumkin - moliyaviy va muhandislik yordamidan tortib, xaridor tomonidan yetkazib beruvchiga zarur tayyorgarlikni o'z ichiga olgan holda, elektron ma'lumotlarni uzatish formatini oddiy o'zaro muvofiqlashtirishgacha.

Yetkazib beruvchi bilan muzokaralar. Ushbu bosqich har ikki tomon uchun maqbul shartlar va narxlarni belgilash maqsadida muzokaralarni, shuningdek yetkazib berish shartnomasini ro'yxatdan o'tkazish va belgilashni o'z ichiga oladi.

Bir nechta muzokaralar strategiyalari mavjud. Keling, ulardan ba'zilarini ko'rib chiqaylik:

1. Yetkazib beruvchi o'z hujjatlarini iste'molchiga ochadi; shartnoma narxi cheklangan vaqt va cheklangan miqdordagi materiallar uchun belgilanadi; belgilangan xarajatlar va harakatlanuvchi narxlarga asoslanib, mehnat xarajatlari va yetkazib beruvchidan olingan materiallar narxining o'zgarishini aks ettiradi. Bu iste'molchilar uchun mavjud bo'lgan xarid bozorlarida muzokaralar paytida amaldagi narxlar va indekslar to'g'risidagi e'lon

qilingan ma'lumotlarning tahliliga asoslangan. Raqobatbardosh narxlar ko'plab yetkazib beruvchi firmalar uchun ushbu firmalarning xizmatlaridan foydalanadigan xaridorlarning ko'pchiligiga nisbatan odatiy narx siyosatidir. Shuni esda tutish kerakki, raqobatbardosh narxlar xaridor va yetkazib beruvchi o'rtasida uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatishga yordam bermaydi. Ulardan foydalanish narxlarning muhim muhandislik o'zgarishlariga (yetkazib beruvchi va iste'molchi o'rtasidagi), yetkazib berishning sifati va o'z vaqtida bajarilishiga bog'liqligini aniqlashda ba'zi qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi.

2. **Kombinatsiyalangan foydalanish.** Yetkazib beruvchi va xaridor ma'lum miqdordagi yetkazib beruvchining xarajatlarini ko'rib chiqishga rozi bo'lganda; xom ashyo tannarxi bo'yicha ba'zi bozor ma'lumotlarini qabul qilish; yetkazib beruvchi "raqobat muhitida qolishiga" rozi bo'lish.

Yetkazib beruvchini tanlashda siz quyidagi usullardan birini ishlatishingiz mumkin:

1. **"Ideal ta'minotchi" usuli** - ideal yetkazib beruvchining ko'rsatkichi aniqlanadi va yetkazib beruvchilarning har biri ideal bilan taqqoslanadi.
2. **Ustuvorlik** - yetkazib beruvchilarning ish natijalari asosida ular aslida baholanadi. Buning uchun:
 - eng muhim baholash mezonlari tanlandi;
 - yetkazib beruvchining ish faoliyatini o'lchash usuli tanlangan;
 - har bir parametrning nisbiy ahamiyati aniqlanadi va natijalarni baholash usuli qabul qilinadi.
3. **Baholar usuli** - yetkazib beruvchilarni baholash uchun eng muhim mezonlar aniqlandi (9.1jadval). Muayyan ball tizimi va reyting qiymati (B) tanlangan. Birlikning (K) kasrlaridagi mezonlarning ahamiyati aniqlanadi.

Agar mezonlarni hisobga olgan holda ballar yig'indisi maksimal bo'lsa (buning uchun har bir mezon uchun ballar ballari va ushbu mezonning ahamiyati ko'paytiriladi), bunda yetkazib beruvchi boshqalarga qaraganda ko'proq ahamiyatga ega bo'ladi.

8.1. Jadval

Yetkazib beruvchilarni baholash mezonlari

Mezonlar	Mezonlarning dolzarbligi, K	Yetkazib beruvchi			
		1	2	3	4
1	0.2	B1			
2	0.1	B2			
...n			
	$\sum = 1$	Σ_{ball}	Σ_{ball}	Σ_{ball}	Σ_{ball}

4.Uch ko'rsatkichni baholash usuli. Taqsimotchining baholashida mahsulot sifati juda muhimdir. Shuningdek, xizmat ko'rsatish sifati va narx ham muhim ko'rsatkichlardir. Birinchi parametrning ahamiyati 50%, boshqalari 25% ni tashkil qiladi. Har bir parametr bo'yicha yetkazib beruvchining ish faoliyatini baholashga yordam beradigan nuqta tizimi ishlab chiqilmoqda. Mahsulotlar soni 100 ball sifatida qabul qilinadi, shundan biz rad etgan mahsulotlarni ko'rsatadigan ballar soni (bizning holatlarimizda 12) chiqarib tashlanadi. Xizmat - har bir kechiktirilgan yetkazib berish uchun 5 ball olinadi. Narx - eng past narx aslida to'langan narxga nisbati foizi sifatida tanlanadi (95 eng past, 100 tasi to'langan). Ushbu ma'lumotlarga asoslanib:

Sifat: $50\% (100-12) = 44,0$

Xizmat: $25\% (100-5 * 5) = 18.75$

Narx: $25\% (95/100) = 23.75$

Hammasi: 86,5 ball

Takrorlash uchun savollar:

1. Xarid logistikasini aniqlang.
2. Xarid qilish logistikasining asosiy maqsadi nima?
3. Bozorlarning asosiy turlarini ajratib ko'rsating.
4. Xarid qanday rejalashtirilganligini tushuntiring?
5. Yetkazib beruvchini tanlashda qanday usullardan foydalaniladi?
6. "Qattiq" va "bepul" taklif o'rtasidagi farq va farq nima?
7. Sotuvchini baholashning mumkin bo'lgan usullarini sanab bering.

8. Ehtiyoj turlarini sanab bering. Qanday usullar ehtiyojni aniqlashi mumkin?
9. zaxira nima va ular qanday funksiyalarni bajaradilar? Zaxirani boshqarishning qanday asosiy tizimlarini bilasiz?
10. ABC va XUZ usullarining mohiyati nimada?

9-Mavzu. SERVIS XIZMAT LOGISTIKASI

- 9.1. Logistika xizmati tushunchasi
- 9.2. Logistika xizmatlarining parametrlari va tavsiflari
- 9.3. Logistika xizmatining quyi tizimini shakllantirish

9.1. Logistika xizmati tushunchasi

Zamonaviy sivilizatsiyalashgan bozorda - xaridor bozori - mahsulot nafaqat moddiy tarkibiy qism, balki qadoqlash, rang, o'lchovlar, dizayn, narx, shu bilan birga muayyan harakatlar majmui sifatida xizmatlarni, ishlab chiqaruvchi va sotuvchining obro'si kabi aniq va nomoddiy omillar majmui sifatida belgilanadi. Xaridor bularning barchasini jismoniy va mavhumning muayyan kombinatsiyasi sifatida qabul qiladi, bu uning ehtiyojlari va talablarini qondirishni ta'minlaydi. Konsepsiyaning keng ma'nosida mahsulotga zamonaviy munosabat shundan iboratki, u moddiy va nomoddiy xususiyatlar majmui sifatida qabul qilinadi.

Xizmat Umumiy ma'noda iste'molchiga foyda keltiradigan harakatdir.

Logistika iste'molchilarga marketing terminologiyasida ko'rsatiladigan xizmatlarning ko'p qismini qamrab oladi.

"Real ijroda", ya'ni ma'lum bir tovar (material) oqimini tashkil etuvchi, moddiy tusdagi mahsulotlar tovarlar bilan bog'liq bo'lib, mijozlarga "mustahkamlovchi tovarlar" ni olishga imkon beradi.

Yalpi taklifning («tovarlar - xizmatlar») moddiy qismining nisbiy ahamiyatining doimiy pasayishi sanoatda (asosan ishlab chiqarishda) ishlab chiqarilgan qo'shilgan qiymat qisqarishi bilan bir vaqtda sodir bo'ladi.

Logistika xizmati - bu logistika zanjiri bo'ylab material oqimini rag'batlantirishning yakuniy bosqichi bo'lgan iste'molchilarga

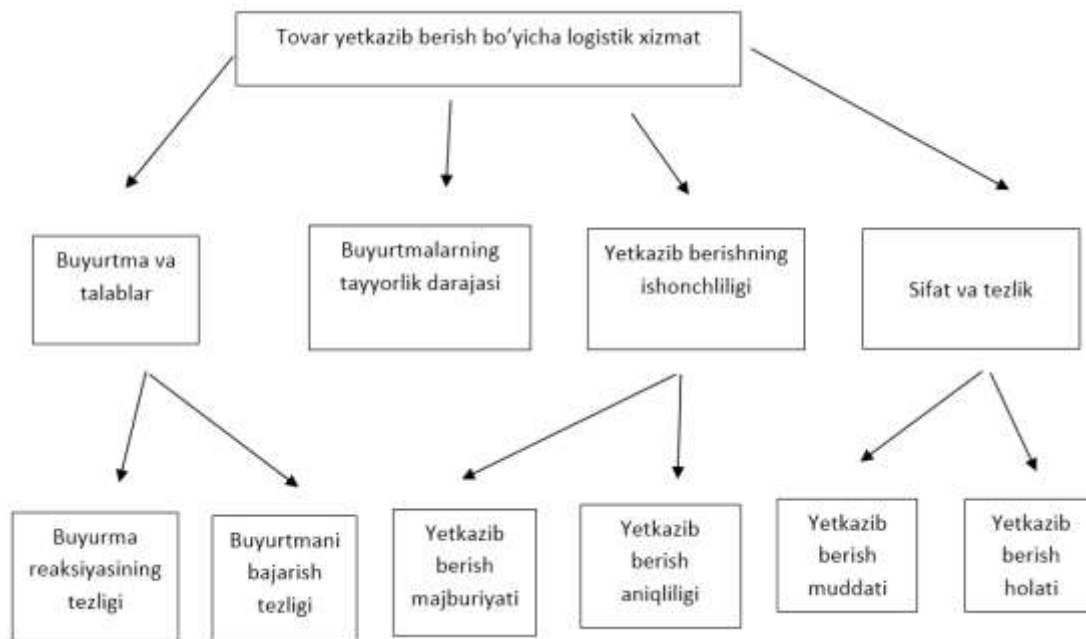
tovarlarni to'g'ridan-to'g'ri yetkazib berish jarayonida ko'rsatiladigan ma'lum xizmatlar to'plami.

Shunday qilib, logistika xizmatining predmeti tegishli xizmatlarning ma'lum bir majmuasi (to'plami) hisoblanadi.

Logistika xizmatining ob'ektlari material oqimlarining o'ziga xos iste'molchilari hisoblanadi.

Mijozlarga logistika xizmati ishlab chiqaruvchi va vositachi tuzilma, shuningdek ixtisoslashtirilgan transport-ekspeditorlik kompaniyalari tomonidan amalga oshirilishi mumkin. Bu logistika tizimining turiga, mijozlar talablari darajasiga va yetkazib beruvchining (ishlab chiqaruvchi, sotuvchi) strategiyasiga bog'liq.

Tarkibiy komponentlar uchun logistika xizmatining umumlashtirilgan sxemasini ko'rib chiqing (9.1-rasm).



9.1- rasm. Tarkibiy qismlarga logistika xizmatining umumiy sxemasi

Umuman olganda, logistika xizmatlari sohasidagi barcha ishlarni va operatsiyalarni uchta asosiy toifaga bo'lish mumkin:

1. Sotishdan oldingi xizmatlar.

Bu logistika xizmatlariga talabni shakllantirish bo'yicha ish va operatsiyalar.

2. Tovarlarini sotish jarayonida taqdim etiladigan logistika xizmatlari.

Ular mahsulot oqimini samarali reklama qilishni va mahsulotlarni mijozlar buyurtmalariga muvofiq qat'iy belgilangan manzilga yetkazib berishni ta'minlaydi. Bu yuklarni tanlash va tugatish, qadoqlash, etiketlash, yuk birliklarini shakllantirish, ishonchli yetkazib berishni ta'minlash va boshqalarni o'z ichiga olishi mumkin.

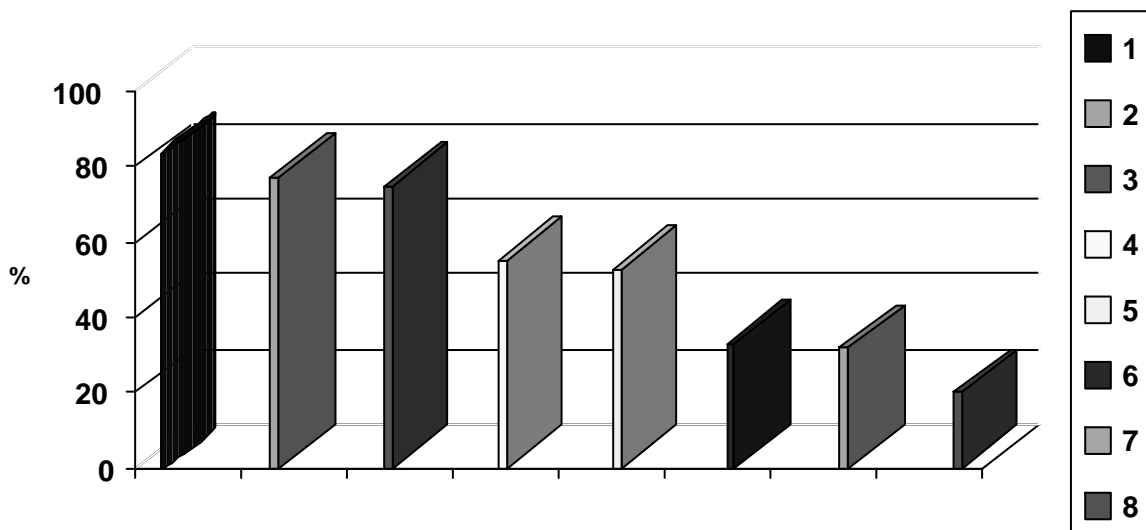
3. Sotishdan keyingi mantiqiy xizmatlar.

Bularga kafolat xizmatlari, ehtiyot qismlarni yetkazib berish, mijozlarning shikoyatlarini ko'rib chiqish majburiyati, pul oqimlarini ta'minlash, mahsulotlar almashinuvi va boshqalar kiradi.

Samarali logistika xizmatlarini tashkil qilish quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- xizmat ko'rsatish tuzilmasini tashkil etish va texnologiyasi bilan bog'liq masalalarni hal qilish,
- xizmat ko'rsatish sifati ko'rsatkichlari
- maqbul xizmat doirasini va tegishli darajasini aniqlash.
- Yetkazib beruvchini tanlashda iste'molchilarning motivatsiyasini reytingi.

1. yetkazib berishning ishonchliligi darajasi;
2. transportning minimal davomiyligi;
3. transportning minimal xarajatlari;
4. tizimning moslashuvchanligi;
5. tovarlarning saqlanishini ta'minlash va ularning mumkin bo'lgan zararini bartaraf etish;
6. buyurtmalar bo'yicha ma'lumotlarni qayta ishlash tezligi;
7. mahsulotni qadoqlashning minimal qiymati;
8. yuklarni yetkazib berish jarayonida kam sug'urta xarajatlari.



9.2-rasm. Buyurtmachilarning yetkazib beruvchiga bo'lgan motivatsion reytingi

Iste'molchilarga logistika xizmatlari sifatining asosiy parametrlari quyidagilardan iborat:

1. yetkazib beruvchi buyurtmani olgan vaqtdan boshlab mahsulotni iste'molchiga (buyurtmachiga) yetkazib berishgacha bo'lgan vaqt;
2. har qanday sharoitda yetkazib berishning kafolatlangan ishonchliligi;
3. buyurtmachining birinchi talabiga binoan yetkazib berishning haqiqiy imkoniyati;
4. logistika tizimida zarur zaxiralarning mavjudligi;
5. mijozlarni qo'llab-quvvatlashning barqarorligi
6. buyurtmalarni mijozlarning talablariga maksimal darajada muvofiqligi;
7. mavjud logistika tizimida buyurtmalar bajarilishining progressiv darajasi;
8. istalgan vaqtda logistika tizimiga buyurtma berish qulayligi;
9. yetkazib beruvchi tomonidan bajarishga qabul qilingan buyurtmani oldindan tasdiqlash;
10. logistika xizmatlari narxlarining xolisligi;
11. logistika xizmatlari narxlari darajasi va tarkibi to'g'risida mijozlarni muntazam ravishda xabardor qilish;

12. logistika tizimida doimiy mijozlarga tovarlar uchun kreditlar va bepul logistika xizmatlari shaklida yashirin chegirmalar berish imkoniyati mavjudligi;
13. logistika tizimining omborxonalarida va boshqa transformatsion inshootlarida yuklarni qayta ishlash texnologiyasining yuqori samaradorligi;
14. sotiladigan mahsulotlarning yuqori sifatli qadoqlanishini ta'minlash;
15. paketli va konteyner tashishni amalga oshirishning ilg'or qobiliyati.

Jahon savdo amaliyotida mijozlarning talablariga tezkor javob berish, aniq xizmat turini to'g'ri aniqlash va tanlashga imkon beradigan xizmatlarning ma'lum standartlari ishlab chiqilgan.

Xalqaro amaliyotda xizmatlarni tashkil etishning bir nechta tizimlari mavjud:

1. tovar ishlab chiqaruvchisi tomonidan xizmat ko'rsatishni tashkil etish;
2. ishlab chiqaruvchining filialiga xizmat ko'rsatishni tashkil etish;
3. xizmatni tashkillashtirish xaridorning mamlakatida faoliyat ko'rsatadigan ixtisoslashtirilgan xorijiy xizmat tomonidan amalga oshiriladi;
4. uskunalarning ayrim turlarini ishlab chiqaruvchi kompaniyalar konsorsiumi tomonidan xizmat ko'rsatishni tashkil etish;
5. vositachilarni jalb qilgan holda xizmatlarni tashkil etish;
6. xorijiy xaridorning xodimlari tomonidan xizmatni tashkil qilish.

Logistika xizmatlarining xalqaro darajasiga ta'sir etuvchi asosiy omillar quyidagilar:

1. turli mamlakatlarda normativ-huquqiy bazaning o'ziga xosligi;
2. davlatlar o'rtasidagi xalqaro savdo-iqtisodiy munosabatlarning o'ziga xosligi;
3. sotiladigan mahsulotlarni yetkazib berish uchun ichki sharoitlarning xususiyatlari;
4. bojxona tartiblarining tez-tez mos kelmasligi va xilma-xilligi;
5. transport qonunchiligining har bir mamlakatidagi o'ziga xoslik;
6. ob'ektiv ravishda turli darajadagi logistika xizmat ko'rsatish;
7. tashishni axborot bilan ta'minlash darajasiga turli talablar;

8. turli davlatlarning hududiy, relefi va iqlim xususiyatlari.

9.2. Logistika xizmatlarining parametrlari va tavsiflari

Logistika xizmati darajasi - xizmat ko'rsatish tizimini ham yetkazib beruvchining, ham xizmatlarni oluvchining nuqtai nazaridan baholashga imkon beradi.

$$\eta = m \frac{\times 100\%}{M} \quad (9.1)$$

bu erda η logistika xizmatlari darajasi;

M - logistika xizmatlarining nazariy jihatdan mumkin bo'lgan hajmini miqdoriy baholash; m - haqiqiy hajmning miqdoriy bahosi.

Logistika xizmatlari darajasini baholash uchun xizmatlarning eng muhim turlari tanlab olinadi, ya'ni xizmatlar katta xarajatlar bilan bog'liq va xizmatlarni yetkazib bermaslik bozorda sezilarli yo'qotishlarga ega.

Xizmat ko'rsatish darajasi, yetkazib berish jarayonida haqiqatan taqdim etilgan logistika xizmatlarini amalga oshirishga sarflangan vaqtni, agar yetkazib berish paytida barcha mumkin bo'lgan xizmatlar taqdim etilsa, sarflash kerak bo'lgan vaqtni taqqoslash orqali baholanishi mumkin. Hisoblash quyidagi formula bo'yicha amalga oshiriladi:

$$\eta = \frac{\sum_{i=1}^n t_i}{\sum_{j=1}^N t_j} \times 100, \quad (9.2)$$

bu yerda N - potensial bo'lishi mumkin bo'lgan xizmatlar soni

Bajarildi n - logistika xizmatlarining haqiqiy soni

belgi; t_i - logistika xizmatlarini bajarish vaqti;

n

$\sum_{i=1}^n t_i$ - logistika xizmatlariga ko'rsatishga sarflangan umumiy vaqt;

$i = 1$

n

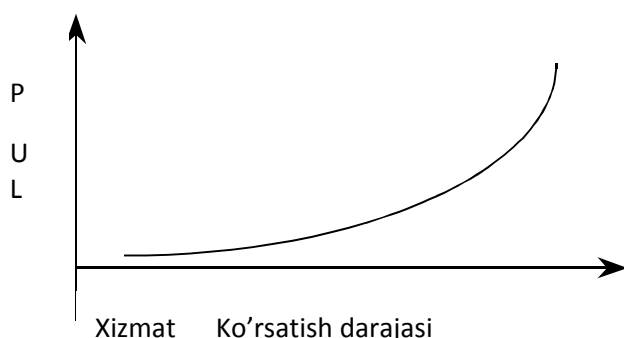
$\sum_{i=1}^n t_i$ - bu barcha mumkin bo'lgan logistika xizmatlariganazariy jihatdan sarflandigan umumiy vaqt

$$j = 1$$

4.1-rasmda xizmat narxining xizmat ko'rsatish darajasiga bog'liqligi ko'rsatilgan.

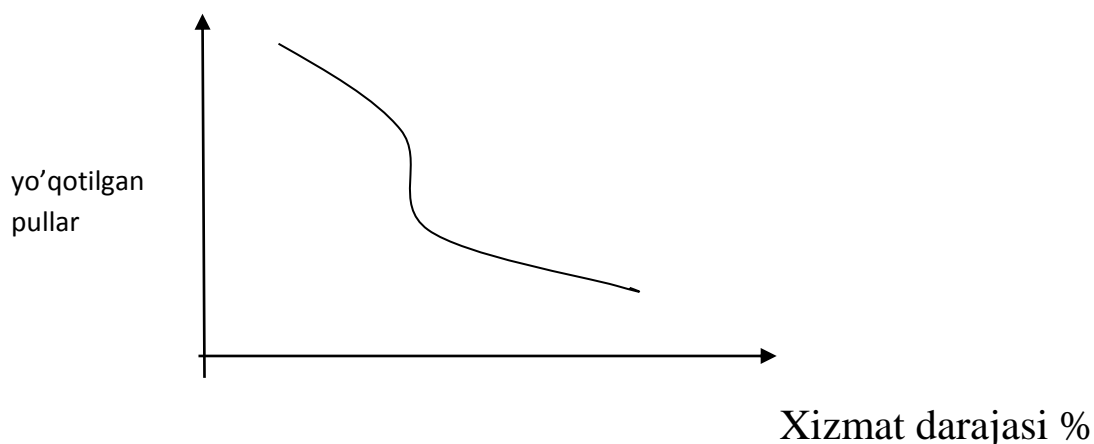
70% va undan yuqori darajadan boshlab, logistika xizmatlarining xarajatlari eksponent ravishda o'sadi ($y = ec$ eksponent funktsiyasi, bunda mustaqil o'zgaruvchi (bu holda xizmat ko'rsatish darajasi) xizmat ko'rsatish darajasiga qarab $e = 2.7$ raqamiga asoslangan darajaning ko'rsatkichi hisoblanadi va xizmatning chegaraviy darajasi 90% ga yetganda, maqsadga muvofiqlik muammosi xizmat rentabelligining keskin pasayishi bilan bog'liq.

Ushbu optimallik to'sig'i ortidagi ko'rsatkichlarning o'zaro nisbati juda aniq. Shunday qilib, agar siz logistika xizmatlari darajasini, masalan, 95% dan 97% gacha oshirishni maqsad qilsangiz, u holda kutilganidek iqtisodiy samarasi oshadi, faqat 2% ga o'sadi, ammo xarajatlar 14% ga oshadi.



rasm 9.3. Xizmat ko'rsatish darajasi (F1 funktsiyasi) bilan logistika xizmatining umumiy xarajatlarining grafigi.

Ushbu qaramlikni ham vizual tarzda ifodalash mumkin (9.2-rasm)

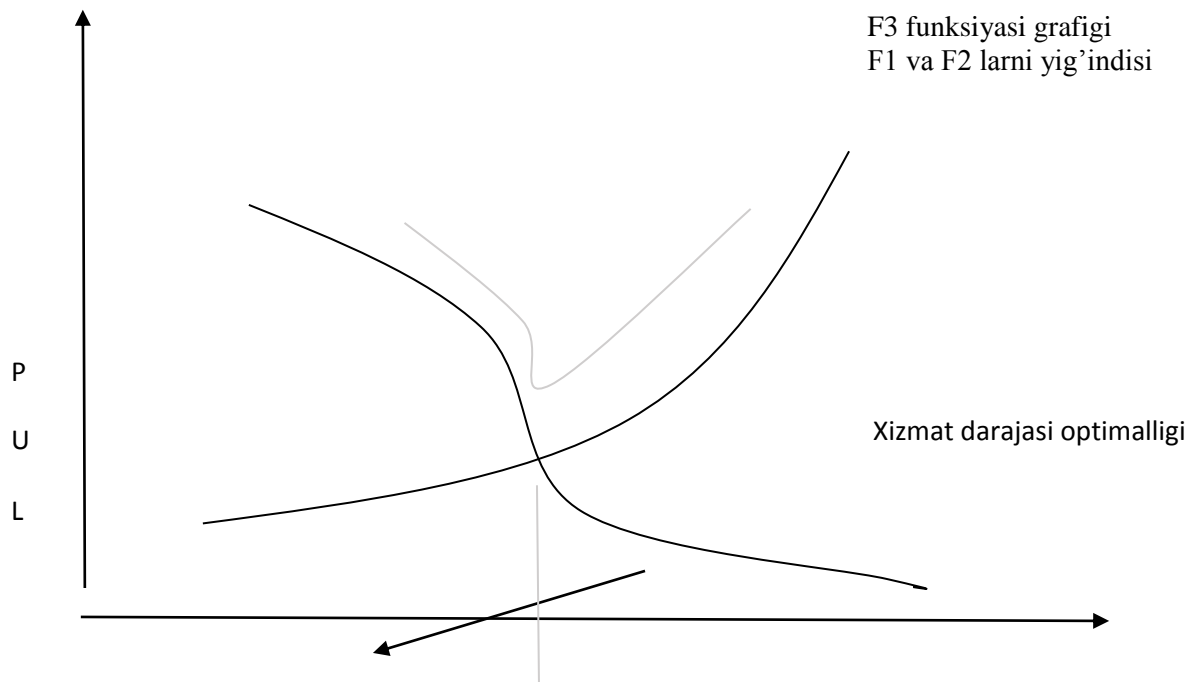


rasm 9.4. Yalpi yo'qotishlar grafigi

Taqdim etilayotgan xizmat darajasining qiymatidan logistika xizmatlarining yomonlashishi sababli yuzaga keladi (F2 funktsiyasi).

Shu bilan birga, xizmat ko'rsatish darajasini har bir ishlab chiqaruvchiga individual ravishda o'rnatiladigan «optimallik chegarasi» dan pastga tushirish, logistika xizmati sifatining yomonlashishi oqibatida jami yo'qotishlarning ko'payishiga olib kelishini yodda tutish kerak.

Shunday qilib, xizmatlarning o'sishi natijasida yuzaga keladigan kompaniyaning raqobatdoshligining o'sishi, bir tomondan, bozor yo'qotishlarining kamayishi, ikkinchi tomondan, xizmat ko'rsatish xarajatlarining oshishi bilan birga keladi. Logistika xizmatining vazifasi xizmatning maqbul darajasini topishdir.



rasm 9.5. Umumiy xarajatlar va yo'qotishlarning logistika xizmatlari darajasi qiymatiga bog'liqligi grafigi (F3 funktsiyasi).

Xizmat ko'rsatish darajasining grafik jihatdan maqbul hajmini xizmat ko'rsatish darajasining o'zgarishiga qarab xarajatlar va yo'qotishlarning xatti-harakatlarini aks ettiruvchi F3 egri chizig'ini qurish orqali aniqlash mumkin (4.3-rasm).

Shunday qilib, logistika xizmatlarining maqbul darajasini aniqlash uchun umumiy xarajatlar (xarajatlar), daromadlar va foydaning tegishli balansi amalga oshiriladi. Qidiruv jarayonida murosali echim

tamoyili amalga oshirilishi kerak. Qaror logistika xizmatlari narxi va tegishli xizmatlar darajasi, umumiy xarajatlar va daromadlar o'rtasidagi oqilona nisbatni aks ettirishi kerak.

Logistika xizmatlarining asosiy xususiyatlari ob'ektivdir va logistika faoliyatining shartlari va parametrlarini konseptual ravishda belgilaydi.

1. Manbadan ajralmaslik.

Faoliyat shakli sifatida logistika xizmatlari, ularning manbai bor yoki yo'qligidan qat'i nazar, mavjud bo'lishi mumkin bo'lgan moddiy tovarlardan farqli o'laroq, ularning manбайдan ajralib turadi.

2. Sifatning o'zgaruvchanligi.

Logistika xizmatlarining sifati logistika tizimining mukammallik darajasiga, mijozlarning talablariga va ko'plab tasodifiy omillar ta'siriga qarab o'zgaruvchanlikka moyil. Agar logistika xizmatlari bir qator parametrlar bo'yicha standartlashtirilgan bo'lsa ham, bu holda ma'lum chegaralar ichida sifat o'zgarishi yuz beradi.

3. Xizmatlarning manzili.

Logistika xizmatlari to'g'ridan-to'g'ri mijozga taqdim etiladi. Bu ularni ishlab chiqariladigan, asosan, aniq iste'molchiga emas, balki maqsadli bozorning umumiy talabiga yo'naltirilgan jismoniy shakldagi tovarlardan ajratib turadi.

4. O'ziga xoslik.

Har bir taqdim etilgan logistika xizmati oluvchiga xosdir. Boshqa shunga o'xshash xizmat parametrlari, muddatlari, sifati, ishlab chiqarish va iste'mol shartlari bo'yicha oldingi yoki keyingi xizmatlardan farq qiladi.

5. Logistika xizmatlari va boshqa xizmatlarni «zaxira» qilib bo'lmaydi.

Logistika xizmatlarini saqlab bo'lmaydi va bu, qoida tariqasida, korxonalarini ushbu turdagi mahsulotning biron bir zaxirasini to'plashdan ozod qiladi.

6. Talabning egiluvchanligi.

Jismoniy ko'rinishdagi tovarlarga nisbatan logistika xizmatlarining ustunligi ularning bozordagi katta egiluvchanligidir. Mutaxassislar uzoq vaqtdan beri qiziqarli naqshni qayd etishdi. Oddiy iqtisodiy sharoitda narxlar pasayishi va iste'mol korxonalarining daromadlari

oshishi bilan logistika xizmatlariga talab juda tez o'sib boradi. Bundan tashqari, logistika xizmatlariga talabning o'sish sur'ati moddiy tovarlarga bo'lgan talab dinamikasidan ancha yuqori.

7. Samaradorlik

Ishning tezligi va tezligi yakuniy natijaga nisbatan har doim ham ijobiy bo'lmaydigan jismoniy shakldagi yoki boshqa faoliyat turlaridan farqli o'laroq, logistika xizmatlari, qoida tariqasida, katta iqtisodiy samarani tezroq sotish beradi. Ko'pincha potensial xaridorlarni jalb qiladigan logistika xizmatlarining samaradorligi hisoblanadi.

9.3. Logistika xizmatining quyi tizimini shakllantirish

Logistika xizmatlarini tashkillashtirish mahsulotni yetkazib berish usullariga asoslangan va uchta asosiy shaklni olishi mumkin:

1. O'z-o'zidan ovqatlanish. Har bir mijoz o'z imkoniyatlaridan foydalangan holda ekspeditorlik xizmatlarini mustaqil ravishda tashkil qilganda.
2. Markazlashtirilgan xizmat. Integratsiyalashgan logistika xizmatlari yetkazib beruvchi tomonidan taqdim etilganda.
3. Ixtisoslashgan xizmat. Logistika xizmati ixtisoslashtirilgan transport-ekspeditorlik tashkilotlari tomonidan amalga oshirilganda.

Logistika xizmatlarining elementar sxemasi quyidagilardan iborat: bitta ishlab chiqaruvchi (ixtisoslashgan vositachi) - bitta mijoz. Biroq, bu sxema faqat individual holatlarda amalga oshiriladi.

murakkab sxemalar aloqa bir necha mijozlar (iste'molchilar) bilan bir vaqtda amalga oshirilganda, tayyor mahsulotni sotish va yetkazib berishda ishlatiladi. Bunday vaziyatda xizmat logistikasini ta'minlaydigan tuzilmalar xizmatning mikro va so'l darajalari deb ataladigan ikkita guruh muammolarini hal qilishi kerak.

Logistika xizmatining mikro-darajasi - bu aniq iste'molchilarga xizmat ko'rsatishning tashkil etilishi, tuzilishi va sifati, shuningdek, logistika faoliyatini tezkor boshqarish va zarur infratuzilma elementlari.

Logistika xizmatining makro darajasi - bu mijozlarni ularni birlashtirish sohalari, maqsadli bozor segmentlari bo'yicha taqsimlash, shuningdek xizmat ko'rsatish standartlarini ishlab chiqish, strategik

rejalashtirish, investitsiyalar, logistika xizmatlari bozorida umumiy siyosatni amalga oshirish.

Logistika xizmati quyi tizimini shakllantirish va tartibga solish bo'yicha harakatlar algoritmi:

1. Iste'mol xususiyatlarini, sifatiga, assortimentiga va hajmiga bo'lgan talablarni aks ettirgan logistika xizmatlari bozorini batafsil segmentatsiyalash.
2. Ishlab chiqarilgan logistika xizmatlarining asosiy (tayanch) kompleksi va iste'molchilarga taklif etilayotgan qo'shimcha (yordamchi) xizmatlarning tarkibini aniqlash.
3. Logistika xizmatining asosiy va yordamchi komplekslarida ustuvorlik. Ularning harakati shartlari va parametrlarini aniqlash. Oddiy, nostandart va favqulodda vaziyatlarda funktsional faoliyat loyihalarini ishlab chiqish.
4. Taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini baholash (va qayta baholash). Xizmat ko'rsatish darajasi va logistika xizmatlari narxi o'rtasidagi sababiy munosabatni o'rnatish.
5. Xizmatlarni birlashtirish va bozorning alohida segmentlari uchun xizmatlarni mahalliyashtirishda standartlarning asosiy mezonlarini ishlab chiqish.
6. Iste'molchilarning talablari va kontingentiga qarab xizmatning turli darajalarini aniqlash.
7. Xizmat ko'rsatish sohasidagi zarur resurslarning tarkibini muvofiqlashtirish va ularni logistika faoliyatining barcha sohalariga yo'naltirish.
8. Ushbu chora-tadbirlar amalga oshirilganda raqobatdosh himoya va yashirin imkoniyatlar manbalarini aniqlash bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish.
9. Ishlab chiqarilayotgan xizmatlarni iste'molchilar xohishlariga moslashtirish maqsadida iste'molchilar bilan aloqani shakllantirish va takomillashtirish.
10. Logistika xizmatining quyi tizimining logistika tizimining boshqa quyi tizimlari bilan aloqalarini monitoring qilish va rivojlantirish.

Takrorlash uchun savollar:

1. Logistika xizmati nima?

2. Logistika xizmatlarining asosiy xususiyatlarini qanday ta'kidlab o'tishingiz mumkin?
3. Logistika xizmatlari sohasidagi barcha ishlarni va operatsiyalarni qanday toifalarga bo'lish mumkin?
4. Logistika xizmatlarining samaradorligi deganda nimani tushunasiz?
5. Logistika xizmatlari darajasini qanday baholaysiz?
6. Makro va mikro logistika xizmatining mohiyati nimada?
7. Xalqaro amaliyotda xizmatni tashkil etishning qaysi tizimlarini bilasiz?

FOYDALANILADIGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

Asosiy adabiyotlar

1. А.А. Гайдаенко, О.В. Гайдаенко. Логистика: учебник 2-е изд.— М.: КНОРУС, 2009–277 с.
2. Неруш Ю.М. Логистика : учебник. 4-е изд. – М.: ООО «Изд. Проспект», 2006. – 520б.
3. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник. – 13-е изд., перераб. и доп. – М.: «Дашков и К°», 2006. – 432 с.
4. Канке А.А. Кашевая И.П. Логистика: учебник ФОРУМ-ИНФРА— М.: 2005. -350с.

Qo'shimcha adabiyotlar

5. Албеков А.У. Редко В.П. Митко О.А. Коммерческая логистика. Ростов-на Дону. Феникс. 2007.-512с.
6. Корсаков А.А. Основы логистики Учебное пособие /МГУЕСИ.-М.,2004.-72
7. Qoriyeva Yo.K. Globallashuv jarayonida xalqaro transport logistik tizimi faoliyatining samaradorligi. – T.: TDIU, 2003. – 147b.

Internet saytlari

1. www.economics.ru
2. www.ved.ru
3. www.ser.uz
4. www.uza.uz
5. www.Lex.uz
6. www.ziyonet.uz
7. www.logistika.uz

MUNDARIJA

KIRISH	3
1-mavzu. LOGISTIKA KURSINING PREDMETI VA VAZIFALARI	4
1.1. Logistika ob'ekti, mavzusi, asosiy tushunchalari.....	4
1.2. Logistikaning funktsional yo'nalishlari va ularning xususiyatlari	12
1.3. Davlat va xususiy sektorda asosiy muammolar va logistika yechimlari	14
2 mavzu. LOGISTIK TIZIM KONSEPSIYASINING NAZARIY ASOSLARI	16
2.1. Logistik tizim tushunchasi va uning konsepsiyalari	16
2.2. Logistik tizim faoliyat yuritishini baholash.	23
2.3. Logistik tizimning menejment va marketing bilan bog'liqligi .	24
3-mavzu. LOGISTIKADA MATERIALLARNI BOSHQARISH VA TAQSIMOTNI TASHKIL QILISH	28
3. 1. Moddiy (material) oqim tushunchasi	28
3.2. Moddiy oqimining turlari.....	29
3.3. Taqsimot logistikasi ob'ekti, predmeti, funktsiyalari.....	29
3.4. Taqsimot logistikaga asoslanadigan logistik tamoyillar va xususiyatlar	31
3.5. Tayyor mahsulot taqsimotning asosiy shakllari.....	33
3.6. Logistik vositachilarining turlari.....	36
3.7. Taqsimotni boshqarish tizimlari	39
4-mavzu. TRANSPORT LOGISTIKASI	40
4.1. Transport: tushunchasi va turlari.....	40
4.2. Tashish jarayoni texnologiyasining asosiy tamoyillari.....	42
4.3. Transport xizmatlari sifatining ko'rsatkichlari	43
4.4. Transport hujjatlari.....	44
5-mavzu. LOGISTIKA TIZIMIDA ZAHIRALARNI BOSHQARISH	48
5.1. Moddiy vositalar zaxiralari tushunchalari.....	48
5.2 Moddiy zaxiralarni barpo etishning zaruriyati.....	49
5. 3. Zaxiralar funktsiyalari.....	51
5.4. Moddiy vositalar zaxiralarning turlari	52
5.5. Zaxira holati nazorat tizimining asosiy ko'rsatkichlari	54

6- mavzu. LOGISTIK TIZIMDA MAHSULOTLARNI OMBORGA JOYLASHTIRISH VA OMBORDA QAYTA ISHLASH TIZIMI.....	58
6.1. Ombor faoliyatining asosiy tushunchalari	58
6.2. Omborni tasniflash.....	62
6.3. Omborni tashkil qilish shakllari.....	65
6.4. Ombordagi mahsulotlar zaxiralarini hisobga olish va nazorat qilish usullari.....	69
6.5. Ombor faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari	72
7- mavzu. LOGISTIK AXBOROT TIZIMLARI	74
7.1. Axborot logistikasining tushunchasi, turlari	74
7.2. Axborot tizimini yaratish maqsadlari va funksiyalari.....	75
7.3. Axborot tizimlarini ishlab chiqish va joriy etish.....	77
7.4. Axborot oqimi: tushunchasi va turlari	80
7.5. Logistika avtomatlashtirilgan shtrix kodni aniqlash texnologiyasidan foydalanish.....	86
8-mavzu. XARID QILISH LOGISTIKASI.....	90
8.1. Xarid qilish logistikasining vazifalari va funksiyalari.....	90
8.2. Xarid qilish logistikasining ishlash mexanizmi	93
8.3. Xaridni rejalashtirish.....	96
8.4. Yetkazib beruvchini tanlash, takliflarni qabul qilish va baholash.	99
9-Mavzu. SERVIS XIZMAT LOGISTIKASI.....	108
9.1. Logistika xizmati tushunchasi	108
9.2. Logistika xizmatlarining parametrlari va tavsiflari.....	113
9.3. Logistika xizmatining quyi tizimini shakllantirish	117
Foydalaniladigan adabiyotlar ro'yxati	120

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Тема 1 ПРЕДМЕТ И ЗАДАЧИ КУРСА ЛОГИСТИКА	4
1.1. Логистический объект, сущность, основные понятия	4
1.2. Функциональные направления и особенности логистики. 12	
1.3. Основные проблемы в области государственных и частных логистических решений	14
Тема 2 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНЦЕПЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ	16
2.1. Понятие логистической системы и её концепции	16
2.2. Оценка логистической системы.	23
2.3. Связь логистической системы с менеджментом и маркетингом	24
Тема 3 УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛАМИ И ОРГАНИЗАЦИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ В ЛОГИСТИКЕ	28
3. 1. Понятие материального потока	28
3.2. Типы материального потока	29
3.3. Предмет, объект и функции распределительной логистики	29
3.4. Логистические принципы и свойства, на которых строится логистика распределения	31
3.5. Основные формы распространения готовой продукции ...	33
3.6. Типы логистических посредников	36
3.7. Системы управления распределением	39
Тема 4. ТРАНСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА.....	40
4.1. Транспорт: понятие и виды.....	40
4.2. Основные принципы технологии перевозочного процесса	42
4.3. Показатели качества транспортной услуги	43
4.4. Транспортная документация.....	44
Тема 5. УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ.....	48
5.1. Понятие материально-производственных запасов	48
5.2. Необходимость создания материальных запасов	49
5. 3. Функции запасов.....	51
5.4. Виды материальных запасов.....	52
5.5. Основные показатели контроля состояния запасов.....	54

Тема 6. СКЛАДИРОВАНИЕ И ПЕРЕРАБОТКА ТОВАРОВ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ.....	58
6.1. Основные понятия складской деятельности	58
6.2. Классификация складов	62
6.3. Формы организации складов.	65
6.4. Методы учёта и контроля запасов.....	69
6.5. Основные показатели складской деятельности	72
Тема 7. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЛОГИСТИКЕ	74
.....	74
7.1. Понятие и виды информационной логистики.....	74
7.2. Функциональные области логистики и их характеристики	
.....	75
7.3. Разработка и внедрение информационных систем.....	77
7.4. Информационный поток: понятие и виды.....	80
7.5. Классификация основных задач производства и сбыта,	
решаемых с помощью информационных систем	86
Тема 8. ЗАКУПОЧНАЯ ЛОГИСТИКА	90
8.1. Задачи и функции закупочной логистики	90
8.2. Механизм функционирования закупочной логистики.....	93
8.3. Планирование закупок	96
8.4. Выбор поставщика, получение и оценка предложений.	
Методы выбора поставщиков.....	99
Тема 9. ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС	108
9.1. Понятие логистического сервиса	108
9.2. Параметры и характеристики логистических услуг.....	113
9.3. Формирование подсистемы логистического сервиса.....	117
Использованная литература.....	120

CONTENT

Introduction.....	3
Theme 1. SUBJECT AND OBJECTIVES OF THE LOGISTICS COURSE.....	4
1.1. Object, essence and basic concepts logistics	4
1.2. Functional directions and features of logistics.....	12
1.3. The main problems in the field of public and private logistic solutions	14
Theme 2. THEORETICAL BASES OF LOGISTICS SYSTEM CONCEPT.....	16
2.1. The notion of a logistics system and its concepts	16
2.2. Evaluation of the logistics systems.	23
2.3. The relationship of the logistics system with management and marketing	24
Theme 3. MANAGEMENT OF MATERIALS AND ORGANIZATION OF DISTRIBUTION IN LOGISTICS.....	28
3. 1. The notion of material flow	28
3.2. Types of Material Flow.....	29
3.3. The subject, object and functions of distribution logistics	29
3.4. Logistic principles and properties on which distribution logistics is built.....	31
3.5. The main forms of distribution of finished products	33
3.6. Types of logistics intermediaries	36
3.7. Distribution management systems	39
Theme 4. TRANSPORT LOGISTICS.....	40
4.1. Transport: notion and types.....	40
4.2. The basic principles of the technology of the transportation process.....	42
4.3. Quality indicators of transport services	43
4.4. Transport documentation	44
Theme 5. RESOURCE MANAGEMENT IN THE LOGISTICS SYSTEM.....	48
5.1. The notion of production materials	48
5.2 The need for creation of material stock	49
5. 3. Stock Functions.....	51
5.4. Types of material stocks	52
5.5. Key indicators of material stock state control.....	54

Theme 6. STORAGE AND PROCESSING OF GOODS IN THE LOGISTICS SYSTEM.....	58
6.1. Basic notions of warehouse activities	58
6.2. Warehouse Classification	62
6.3. Forms of organization of warehouses.	65
6.4. Methods of recording and controlling of stock.....	69
6.5. Key indicators of warehouse activity.....	72
Theme 7. INFORMATION SYSTEMS IN LOGISTICS.....	74
7.1. The notion and types of information logistics	74
7.2. Functional areas of logistics and their characteristics.....	75
7.3. Creation and implementation of information systems	77
7.4. Information flow: notion and types	80
7.5. Classification of the main problems of production and marketing, which can be solved with the help of information systems	86
Theme 8. PROCUREMENT LOGISTICS.....	90
8.1. Tasks and functions of procurement logistics.....	90
8.2. The mechanism of functioning of procurement logistics	93
8.3. Procurement planning	96
8.4. Selection of a supplier, receipt and evaluation of offers. Supplier Selection Methods.....	99
Theme 9. LOGISTICS SERVICE.....	108
9.1. The notions of logistics service	108
9.2. Parameters and characteristics of logistics services	113
9.3. Formation of a subsystem of logistics service	117
Исползованная литература.....	120

TAIROVA M.M., ABDULLOEV A.J.

LOGISTIKA

O`QUV QO`LLANMA

Muharrir:

G`.Murodov

Texnik muharrir:

G.Samiyeva

Musahhah:

A.Qalandarov

Sahifalovchi:

M.Ortiqova

Nashriyot litsenziyasi AI № 178. 08.12.2010. Original-maketdan bosishga ruxsat etildi: 20.02.2020. Bichimi 60x84. Kegli 16 shponli. «Times New Roman» garn. Ofset bosma usulida bosildi. Ofset bosma qog`ozi. Bosma tobog`i 8,0. Adadi 100. Buyurtma №18.

Buxoro viloyat Matbuot va axborot boshqarmasi
“Durdona” nashriyoti: Buxoro shahri Muhammad Iqbol ko`chasi, 11-uy.
Bahosi kelishilgan narxda.

“Sadriddin Salim Buxoriy” MCHJ bosmaxonasida chop etildi.
Buxoro shahri Muhammad Iqbol ko`chasi, 11-uy. Tel.: 0(365) 221-26-45