

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
QISHLOQ XO'JALIGI VAZIRLIGI**

**TOSHKENT DAVLAT AGRAR UNIVERSITETI
HUZURIDAGI PEDAGOG KADRLARNI QAYTA
TAYYORLASH VAULARNING
MALAKASINI OSHIRISH TARMOQ MARKAZI**

**« AGROIQTISODIYOT »
YO'NALISH**

**« AGROLOGISTIKA »
MODULI BO'YICHA**

O'QUV USLUBIY MAJMUA



TOSHKENT-2022

Mazkur o‘quv-uslubiy majmua Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligining 2021 yil 25 dekabrda 538-sonli buyrug‘i bilan tasdiqlangan o‘quv reja va dastur asosida tayyorlandi.

Tuzuvchilar: **A.A.Madaliev**–“Agroiqtisodiyot va turizm” kafedrası, i.f.d.
A.V.Mamatqulov–TDAU huzuridagi pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish tarmoq markazi direktori, i.f.d.

Taqrizchi: **Xalikov S.R** – ToshDAU “Agroiqtisodiyot va turizm” kafedrası dotsenti, i.f.n.

O‘quv-uslubiy majmua ToshDAU Kengashining 2022 yil 11 yanvardagi 6-sonli qarori bilan nashrga tavsiya qilingan.

MUNDARIJA

I. ISHCHI DASTUR	4
II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA‘LIM METODLARI	9
III. NAZARIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI.....	15
IV. AMALIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI.....	126
V. KEYS.....	234
VI. GLOSSARIY	236
VII. ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	241

1. FANINING ISHCHI O‘QUV DASTURI

Kirish

“Agrologistika” fanidan muammoli vaziyatlarni hal etish bo‘yicha amaliy mashg‘ulotda keysga asoslangan o‘qitish texnologiyasi asosida ishlab chiqilgan. Keysga asoslangan o‘qitish texnologiyasining asosiy maqsadi ushbu texnologiya amaliy vaziyatlarni hal etish jarayonida o‘rganilgan o‘quv mavzusi bo‘yicha bilimlarni mustahkamlashga, muammolarni tahlil qilish va qirralarni yakka tartibda yoki guruhlarda qabul qilish ko‘nikmalarini egallashga, ijodiy va o‘rganish qobiliyatlari, mantiqiy fikrlash, nutq va muhit sharoitlariga moslashish qobiliyatlarini rivojlantirishga hamda qarorlarni mustaqil qabul qilishga va o‘z-o‘zini nazorat qilishga yordam beradi.

O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentyabrda tasdiqlangan “Ta’lim to‘g‘risida”gi Qonuni, 2019 yil 27 avgustdagi “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to‘g‘risida”gi PF-5789-son, 2019 yil 8 oktyabrdagi “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmonlari hamda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 23 sentyabrdagi “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 797-sonli Qarorlarida belgilangan ustuvor vazifalar mazmunidan kelib chiqqan holda tuzilgan bo‘lib, u oliy ta’lim muassasalari pedagog kadrlarining kasb mahorati hamda innovatsion kompetentligini rivojlantirish, sohaga oid ilg‘or xorijiy tajribalar, yangi bilim va malakalarni o‘zlashtirish, shuningdek amaliyotga joriy etish ko‘nikmalarini takomillashtirishni maqsad qiladi.

Ushbu dastur “Agroiqtisodiyot” yo‘nalishlari, mutaxassisliklari umumkasbiy va maxsus fanlardan dars beruvchi pedagoglar malakasini oshirish bo‘yicha – pedagogik faoliyatga nazariy va kasbiy tayyorgarlikni ta’minlash va yangilash, kasbiy kompetentlikni rivojlantirish asosida samarali tashkil etish va boshqarish bo‘yicha bilim, ko‘nikma va malakalarni takomillashtirish muammolari bayon etilgan.

Modulning maqsadi va vazifalari

“Agrologistika” modulining maqsadi: pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va malaka oshirish kurs tinglovchilarini qishloq xo‘jalida tub o‘zgarishlarga erishish hamda, islohotlarni keng joriy etish uchun eng avvalo, iqtisodiyotni erkinlashtirish va shu asosda qishloq xo‘jalik tizimida logistikani qo‘llash mavjud dolzarb muammolarni o‘rganish aniqlash, tahlil etish va baholash ko‘nikma va malakalarini tarkib toptirish.

“Agrologistika” modulining vazifalari:

-xomashyo va materiallarni ishlab chiqaruvchilarga, istemolchilarga yetkazish jarayonlarini rejalashtirish, nazorat qilish, transport operatsiyalarini tashkil etish va boshqarish, yuklarni omborlarda saqlashni tashkil etish, mahsulotlarni is‘temolchiga uning talablariga ko‘ra yetkazib berish bilan bog‘lik muammolar yechimini topishni

ko'zda tutish;

-agrologistik faoliyatni amalga oshirish uchun ularni o'zaro bog'liklikdagi jaryonlarini tahlil va tadqiqot etish, tizimli yondashuv va logistik yondashuvni talab qiladi, chunki umumiy jarayonlarning har biri o'z navbatida juda murakkab ishlab chiqarish va realizatsiya bilan bog'liq bo'lgan jarayonlarni optimallashtirishni o'rganish kabilarni o'rgatish;

- tinglovchilarning qishloq xo'jaligida agrologistikani joriy etishning dolzarb masalalarini tahlil etish ko'nikma va malakalarini shakllantirish;
- fan bo'yicha pedagogik muammolarni hal etish strategiyalarini ishlab chiqish va amaliyotga tadbiq etishga o'rgatish.

Modulni o'zlashtirishga qo'yiladigan talablar

“Agrologistika” modulini o'zlashtirish jarayonida amalga oshiriladigan masalalar doirasida tinglovchilar:

-agrosanoat majmuasi logistikasi fanining muammolari va vazifalarini; logistik tizimda moddiy oqim tushunchasi *haqida tasavvurga ega bo'lishi*;

-qishloq xo'jalik ishlab chiqarishida logistikani metodologik jihatlari; xarid, ishlab chiqarish, taqsimlash jaraenlarida moddiy, moliyaviy va axborot oqimlarni boshqarishni, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishning samaradorligi oshirish yo'llarini *bilishi va ulardan foydalana olishi*;

-logistikada strategiyani tanlash va tahlil usulari; qishloq xo'jalik ishlab chiqarishida transport logistikasi; qishloq xo'jaligida yetishtirilgan mahsulotni istemolchilarga talab darajasida yetkazib berish bilan bog'lik muammolar yechimini topish *ko'nikmalariga ega bo'lishi*;

-logistikani nazariy va metodologik asoslari; moddiy oqimlarni boshqarish; qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi ta'minoti, bozor konyukturasiga moslashish *malakaga ega bo'lishi kerak*.

Modulning oliy ta'limdagi o'rni

Modulni o'zlashtirish orqali tinglovchilar qishloq xo'jalik ishlab chiqarishida logistikani tashkil etish bilan dolzarb masalalarni, muammolarni aniqlash, ularni tahlil etish va baholash, optimal va muqobil yechim topishga doir kasbiy kompetentlikka ega bo'ladilar.

Modul bo'yicha soatlar taqsimoti:

№	Modul mavzulari	Tinglovchining o'quv yuklamasi, soat			
		Auditoriya o'quv yuklamasi			
		Jami	Jumladan		
			Nazariy	Amaliy mashg'ulo	ko'chma mashg'ulo
1.	Agrologistika fanining mazmuni, vazifalari va asosiy tamoyillari. Logistika konsepsiyasi Qishloq xo'jaligida makrologistik va mikrologistik tizimlar.	2	2		
2.	Ishlab chiqarish logistikasi. Qishloq xo'jaligida logistik-servis xizmati ko'rsatishni tashkil etish.	2	2		
3.	Xarid logistikasi. Taqsimot logistikasi. Qishloq xo'jaligi logistikasida zahiralar. Qishloq xo'jaligi logistikasida ombor xo'jaligi.	2	2		
4.	Transport logistikasi. Axborot logistikasi. Moliyaviy logistika. Logistik xizmat ko'rsatish tizimida tovar belgilari va sertifikatlash	2	2		
5.	Logistika konsepsiyasi. Qishloq xo'jaligida makrologistik va mikrologistik tizimlar va ularning amaliy jihatlari.	2		2	
6.	Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish logistikasi va logistik-servis xizmati ko'rsatishni tashkil etish.	2		2	
7.	Qishloq xo'jaligi logistikasida zahiralar. Xarid, taqsimot, ombor xo'jaligi logistikasini tashkil etish.	2		2	
8.	Transport va axborot moliyaviy logistikani rivojlantirishning amaliy ahamiyati.	2		2	
9.	Logistik xizmat ko'rsatish tizimida tovar belgilari va sertifikatlashni tashkil etish.			2	
10.	Respublikada transport logistikasining rivojlanish tendentsiyalari.	2			4
Jami:		22	8	10	4

NAZARIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu: Agrologistika fanining mazmuni, vazifalari va asosiy tamoyillari. Logistika konsepsiyasi. Qishloq xo'jaligida makrologistik va mikrologistik tizimlar.

Agrologistika fanining predmeti va ob'ekti, agrologistika fanining maqsadi va vazifalari. Logistika asosiy tamoyillari to'g'risida tushunchalar, Logistika konsepsiyasi, agrosanoat majmuida makrologistik va mikrologistik tizimlar.

2-mavzu. Ishlab chiqarish logistikasi. Qishloq xo'jaligida logistik-servis xizmati ko'rsatishni tashkil etish.

Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish logistikasi Agrologistika asosiy tamoyillari. Qishloq xo'jaligida logistik-servis xizmati ko'rsatishni tashkil etish asoslari va uslublari.

3-mavzu. Xarid logistikasi. Taqsimot logistikasi. Qishloq xo'jaligi logistikasida zahiralar. Qishloq xo'jaligi logistikasida ombor xo'jaligi

Xarid logistikasining mohiyati va vazifalari. Qishloq xo'jaligi korxonalarida ta'minot funksiyalarini amalga oshirish. Xarid logistikasida «ishlab chiqarish yoki xarid qilish» masalasi. Taqsimot logistikasi tushunchasi. Taqsimot logistikasining vazifalari. Logistik kanallar va logistik zanjirlar. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorlari va qishloq xo'jaligi korxonalarini tovarlar bilan ta'minlovchi infratuzilmalarning rivojlanishi. Xizmat ko'rsatish va tarqatishni taqsimlashni logistik tashkil etish. Moddiy zaxira tushunchasi. Zaxiralar hosil qilishning mohiyati. Zaxiralarning asosiy turlari. Zaxira o'lchamlarini aniqlash. Zaxiralarni boshqarishda ABC va XYZ tahlili. Moddiy zaxira tushunchasi. Zaxiralar hosil qilishning mohiyati. Zaxiralarning asosiy turlari. Zaxira o'lchamlarini aniqlash. Omborlar, ular to'g'risida tushunchalar va ularning logistikadagi o'ri. Omborlarning turlari. Omborlarning funksiyalari. Omborlar faoliyatini tashkil etishni optimallashtirish. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini saqlashda mahsulot yo'qotishlari.

4-mavzu: Transport logistikasi. Axborot logistikasi. Moliyaviy logistika. Logistik xizmat ko'rsatish tizimida tovar belgilari va sertifikatsiyalash

Transport logistikasining mohiyati va vazifalari, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish jarayonlarida transport vositalarining turlarini va sonini tanlash uslubiyoti, transport tariflari va ularni qo'llash qoidalari, yetkazib beruvchini tanlash masalasi, logistikada «aniq muddatga» yetkazish tizimi, tez amal qilish uslubi. Axborot oqimlari tushunchasi, axborot tizimlari. qishloq xo'jaligida axborot tizimlarini barpo etish tamoyillari. global axborot texnologiyalari, internet tizimidan foydalanish. Logistikada iqtisodiy-matematik modellashtirish. Moliyaviy logistika oqimlari tushunchasi, mohiyati va tasnifi, moliyaviy oqimlarni boshqarish, raqobatbardosh iqtisodiy oqimlar va ularni logistikatsiyalash. Tovar belgisini tanlash

va ishlab chiqish. Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va tovarlar hamda xizmatlarni sertifikatlash.

AMALIY MASG'ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu. Logistika konsepsiyasi. Qishloq xo'jaligida makrologistik va mikrologistik tizimlar va ularning amaliy jihatlari.

Logistika konsepsiyasi haqida tushunchalar, agrosanoat majmuida makrologistik va mikrologistik tizimlar. Tizimlarning qishloq xo'jaligida qo'llashning amaliy jihatlari.

2-mavzu. Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish logistikasi va logistik-servis xizmati ko'rsatishni tashkil etish.

Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish logistikasi Agrologistika asosiy tamoyillari. Qishloq xo'jaligida logistik-servis xizmati ko'rsatishni tashkil etish asoslari va uslublari.

3-mavzu. Qishloq xo'jaligi logistikasida zahiralar. Xarid, taqsimot, ombor xo'jaligi logistikasini tashkil etish

Moddiy zaxira tushunchasi. Zaxiralar hosil qilishning mohiyati. Zaxiralarning asosiy turlari. Zaxira o'lchamlarini aniqlash. Zaxiralarni boshqarishda ABC va XYZ tahlili. Omborlar, ular to'g'risida tushunchalar va ularning logistikadagi o'mi. Omborlarning turlari. Omborlarning funksiyalari. Omborlar faoliyatini tashkil etishni optimallashtirish. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini saqlashda mahsulot yo'qotishlari. Xarid logistikasining mohiyati va vazifalari. Qishloq xo'jaligi korxonalarida ta'minot funksiyalarini amalga oshirish. Xarid logistikasida «ishlab chiqarish yoki xarid qilish» masalasi. Taqsimot logistikasi tushunchasi. Taqsimot logistikasining vazifalari. Logistik kanallar va logistik zanjirlar. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorlari va qishloq xo'jaligi korxonalarini tovarlar bilan ta'minlovchi infratuzilmalarning rivojlanishi. Xizmat ko'rsatish va tarqatishni taqsimlashni logistik tashkil etish.

4-mavzu. Transport logistikasi. Axborot logistikasi. Moliyaviy logistika. Logistik xizmat ko'rsatish tizimida tovar belgilari va sertifikatlash

Transport logistikasining mohiyati va vazifalari. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish jarayonlarida transport vositalarining turlarini va sonini tanlash uslubiyoti. Transport tariflari va ularni qo'llash qoidalari. Logistik zanjirning harajatlarini aniqlash. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazib beruvchilarini tanlash. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini tashishda mahsulot yo'qotishlari. Inkoterms-2000. Axborot oqimlari tushunchasi. Axborot tizimlari. Axborot texnologiyalari. Moliyaviy logistika oqimlari tushunchasi, mohiyati va tasnifi. Moliyaviy oqimlarni boshqarish. Raqobatbardosh iqtisodiy oqimlar va ularni logistizatsiyalash.

II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA’LIM METODLARI

“SWOT-tahlil” metodi.

Metodning maqsadi: mavjud nazariy bilimlar va amaliy tajribalarni tahlil qilish, taqqoslash orqali muammoni hal etish yo‘llarni topishga, bilimlarni mustahkamlash, takrorlash, baholashga, mustaqil, tanqidiy fikrlashni, nostandart tafakkurni shakllantirishga xizmat qiladi.

S – (strength)	• кучли томонлари
W – (weakness)	• заиф, кучсиз томонлари
O – (opportunity)	• имкониятлари
T – (threat)	• тўсиқлар

Namuna: Mobil qurilmalar uchun Android operatsion tizimining SWOT tahlilini ushbu jadvalga tushiring.

S	Mobil qurilmalar uchun Android operatsion tizimidan foydalanishning kuchli tomonlari	Open source (ochiq kodli), foydalanuvchilar sonining ko‘pligi.
W	Mobil qurilmalar uchun Android operatsion tizimidan foydalanishning kuchsiz tomonlari	Operatsion tizimning virtual mashina orqali ishlashi.
O	Mobil qurilmalar uchun Android operatsion tizimidan foydalanishning imkoniyatlari (ichki)	Beautiful UI (chiroyli interfeys), Connectivity (barcha mobil aloqa texnologiyalari va Internet bilan bog‘lanish).
T	To‘siqlar (tashqi)	Ma’lumotlar xavfsizligining to‘laqonli ta’minlanmaganligi.

Xulosalash» (Rezyume, Veer) metodi

Metodning maqsadi: Bu metod murakkab, ko‘ptarmoqli, mumkin qadar, muammoli xarakteridagi mavzularni o‘rganishga qaratilgan.

Metodning mohiyati shundan iboratki, bunda mavzuning turli tarmoqlari bo‘yicha bir xil axborot beriladi va ayni paytda, ularning har biri alohida aspektlarda muhokama etiladi. Masalan, muammo ijobiy va salbiy tomonlari, afzallik, fazilat va kamchiliklari, foyda va zararlari bo‘yicha o‘rganiladi. Bu interfaol metod tanqidiy, tahliliy, aniq mantiqiy fikrlashni muvaffaqiyatli rivojlantirishga hamda o‘quvchilarning mustaqil g‘oyalari, fikrlarini yozma va og‘zaki shaklda tizimli bayon etish, himoya qilishga imkoniyat yaratadi. “Xulosalash” metodidan ma’ruza

mashgʻulotlarida individual va juftliklardagi ish shaklida, amaliy va seminar mashgʻulotlarida kichik guruhlardagi ish shaklida mavzu yuzasidan bilimlarni mustahkamlash, tahlili qilish va taqqoslash maqsadida foydalanish mumkin.

Namuna:

Mobil operatsion tizimlar					
Android		IOS		Windows Phone	
afzalligi	kamchiligi	afzalligi	kamchiligi	afzalligi	kamchiligi
Xulosa:					

“Keys-stadi” metodi

«**Keys-stadi**» - inglizcha soʻz boʻlib, («case» – aniq vaziyat, hodisa, «stadi» – oʻrganmoq, tahlil qilmoq) aniq vaziyatlarni oʻrganish, tahlil qilish asosida oʻqitishni amalga oshirishga qaratilgan metod hisoblanadi. Mazkur metod dastlab 1921 yil Garvard universitetida amaliy vaziyatlardan iqtisodiy boshqaruv fanlarini oʻrganishda foydalanish tartibida qoʻllanilgan. Keysda ochiq axborotlardan yoki aniq voqea-hodisadan vaziyat sifatida tahlil uchun foydalanish mumkin. Keys harakatlari oʻz ichiga quyidagilarni qamrab oladi: Kim (Who), Qachon (When), Qaerda (Where), Nima uchun (Why), Qanday/ Qanaqa (How), Nima-natija (What).

“Keys metodi”ni amalga oshirish bosqichlari

Ish bosqichlari	Faoliyat shakli va mazmuni
1-bosqich: Keys va uning axborot taʼminoti bilan tanishtirish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka tartibdagi audio-vizual ish; ✓ keys bilan tanishish(matnli, audio yoki media shaklda); ✓ axborotni umumlashtirish; ✓ axborot tahlili; ✓ muammolarni aniqlash
2-bosqich: Keysni aniqlashtirish va oʻquv topshirigʻini belgilash	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muammolarni dolzarblik ierarxiyasini aniqlash; ✓ asosiy muammoli vaziyatni belgilash
3-bosqich: Keysdagi asosiy muammoni tahlil etish orqali oʻquv topshirigʻining yechimini izlash, hal etish yoʻllarini ishlab chiqish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muqobil yechim yoʻllarini ishlab chiqish; ✓ har bir yechimning imkoniyatlari va toʻsiqlarni tahlil qilish; ✓ muqobil yechimlarni tanlash
4-bosqich: Keys yechimini shakllantirish va asoslash, taqdimot.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka va guruhda ishlash; ✓ muqobil variantlarni amalda qoʻllash imkoniyatlarini asoslash; ✓ ijodiy-loyiha taqdimotini tayyorlash; ✓ yakuniy xulosa va vaziyat yechimining amaliy aspektlarini yoritish

Keys. Mobil qurilma uchun Android opreatsion tizimining 5.0 (API Level: 21) versiyasi uchun ilova ishlab chiqildi. Sizing telefoningizdagi

Android o'preatsion tizimining versiyasi 4.3 (*API Level*: 18). Mobil ilovani telefoningizga o'rnatib ishga tushirmoqchi bo'lganingizda xatolik kelib chiqdi. Ya'ni ilova ishlamadi.

«FSMU» metodi

Texnologiyaning maqsadi: Mazkur texnologiya ishtirokchilardagi umumiy fikrlardan xususiy xulosalar chiqarish, taqqoslash, qiyoslash orqali axborotni o'zlashtirish, xulosalash, shuningdek, mustaqil ijodiy fikrlash ko'nikmalarini shakllantirishga xizmat qiladi. Mazkur texnologiyadan ma'ruza mashg'ulotlarida, mustahkamlashda, o'tilgan mavzuni so'rashda, uyga vazifa berishda hamda amaliy mashg'ulot: natijalarini tahlil etishda foydalanish tavsiya etiladi.

Texnologiyani amalga oshirish tartibi:

- qatnashchilarga mavzuga oid bo'lgan yakuniy xulosa yoki g'oya taklif etiladi;

- har bir ishtirokchiga FSMU texnologiyasining bosqichlari yozilgan qog'ozlarni tarqatiladi:

- ishtirokchilarning munosabatlari individual yoki guruhliy tartibda taqdimot qilinadi.

FSMU tahlili qatnashchilarda kasbiy-nazariy bilimlarni amaliy mashqlar va mavjud tajribalar asosida tezroq va muvaffaqiyatli o'zlashtirilishiga asos bo'ladi.

Namuna.

Fikr: "Polimarfizim ob'ektga yo'naltirilgan dasturlashning asosiy tamoyillaridan biridir".

Topshiriq: Mazkur fikrga nisbatan munosabatingizni FSMU orqali tahlil qiling.

“Assesment” metodi

Metodning maqsadi: mazkur metod ta'lim oluvchilarning bilim darajasini baholash, nazorat qilish, o'zlashtirish ko'rsatkichi va amaliy ko'nikmalarini tekshirishga yo'naltirilgan. Mazkur texnika orqali ta'lim oluvchilarning bilish faoliyati turli yo'nalishlar (test, amaliy ko'nikmalar, muammoli vaziyatlar mashqi, qiyosiy tahlil, simptomlarni aniqlash) bo'yicha tashhis qilinadi va baholanadi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

“Assesment” lardan ma'ruza mashg'ulotlarida tinglovchilarning yoki qatnashchilarning mavjud bilim darajasini o'rganishda, yangi ma'lumotlarni bayon qilishda, seminar, amaliy mashg'ulotlarda esa mavzu yoki ma'lumotlarni o'zlashtirish darajasini baholash, shuningdek, o'z-o'zini baholash maqsadida individual shaklda foydalanish tavsiya etiladi. Shuningdek, o'qituvchining ijodiy yondashuvi hamda o'quv maqsadlaridan kelib chiqib, assesmentga qo'shimcha topshiriqlarni kiritish mumkin.

Namuna. Har bir katakdagi to'g'ri javob 5 ball yoki 1-5 ballgacha baholanishi mumkin.

“Insert” metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod o'quvchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va bilimlarni o'zlashtirilishini yengillashtirish maqsadida qo'llaniladi, shuningdek, bu metod o'quvchilar uchun xotira mashqi vazifasini ham o'taydi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

- o'qituvchi mashg'ulotga qadar mavzuning asosiy tushunchalari mazmuni yoritilgan input-matn tarqatma yoki taqdimot ko'rinishida tayyorlaydi;
- yangi mavzu mohiyatini yorituvchi matn ta'lim oluvchilarga tarqatiladi yoki taqdimot ko'rinishida namoyish etiladi;
- ta'lim oluvchilar individual tarzda matn bilan tanishib chiqib, o'z shaxsiy qarashlarini maxsus belgilar orqali ifodalaydilar. Matn bilan ishlashda tinglovchilar yoki qatnashchilarga quyidagi maxsus belgilardan foydalanish tavsiya etiladi:

Belgilar	1- matn	2- matn	3- matn
“V” – tanish ma'lumot.			
“?” – mazkur ma'lumotni tushunmadim, izoh kerak.			
“+” bu ma'lumot men uchun yangilik.			
“- ” bu fikr yoki mazkur ma'lumotga qarshiman?			

Belgilangan vaqt yakunlangach, ta'lim oluvchilar uchun notanish va tushunarsiz bo'lgan ma'lumotlar o'qituvchi tomonidan tahlil qilinib, izohlanadi, ularning mohiyati to'liq yoritiladi. Savollarga javob beriladi va mashg'ulot yakunlanadi.

“Tushunchalar tahlili” metodi

Metodning maqsadi: mazkur metod tinglovchilar yoki qatnashchilarni mavzu buyicha tayanch tushunchalarni o'zlashtirish darajasini aniqlash, o'z bilimlarini mustaqil ravishda tekshirish, baholash, shuningdek, yangi mavzu buyicha dastlabki bilimlar darajasini tashhis qilish maqsadida qo'llaniladi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

- ishtirokchilar mashg'ulot qoidalari bilan tanishtiriladi;
- o'quvchilarga mavzuga yoki bobga tegishli bo'lgan so'zlar, tushunchalar nomi tushirilgan tarqatmalar beriladi (individual yoki guruhli tartibda);
- o'quvchilar mazkur tushunchalar qanday ma'no anglatishi, qachon, qanday holatlarda qo'llanilishi haqida yozma ma'lumot beradilar;
- belgilangan vaqt yakuniga yetgach o'qituvchi berilgan tushunchalarning tugri va tiliq izohini uqib eshittiradi yoki slayd orqali namoyish etadi;
- har bir ishtirokchi berilgan tugri javoblar bilan uzining shaxsiy munosabatini taqqoslaydi, farqlarini aniqlaydi va o'z bilim darajasini tekshirib, baholaydi.

Namuna: “Moduldagi tayanch tushunchalar tahlili”

Tushunchalar	Sizningcha bu tushuncha qanday ma'noni anglatadi?	Qo'shimcha ma'lumot
Activity	ilovaning birorta oynasini (interfeys) boshqaruvchi Java kengaytmali fayl	

adb (Android Debug Bridge)	SDK orqali ilovani ishga tushuruvchi dastur	
SDK (Software Development Kit)	android uchun kutubxona	
JDK (Java Development Kit)	Java dasturlash tili uchun kutubxona	
Layout Resource	ilova oynalarining ko'rinishini saqlovchi XML fayl	
Manifest File	ilova uchun kerakli barcha ma'lumotlarni XML fayl (misol uchun: ilova nomi, intent filtrlar, internetga bog'lanish)	
Service	ilova orti xizmatlar yaratish uchun sinf	

Izoh: Ikkinchi ustunchaga qatnashchilar tomonidan fikr bildiriladi. Mazkur tushunchalar haqida qo'shimcha ma'lumot glossariyda keltirilgan.

Venn diagrammasi metodi

Metodning maqsadi: Bu metod grafik tasvir orqali o'qitishni tashkil etish shakli bo'lib, u ikkita o'zaro kesishgan aylana tasviri orqali ifodalanadi. Mazkur metod turli tushunchalar, asoslar, tasavurlarning analiz va sintezini ikki aspekt orqali ko'rib chiqish, ularning umumiy va farqlovchi jihatlarini aniqlash, taqqoslash imkonini beradi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

- ishtirokchilar ikki kishidan iborat juftliklarga birlashtiriladilar va ularga ko'rib chiqilayotgan tushuncha yoki asosning o'ziga xos, farqli jihatlarini (yoki aksi) doiralar ichiga yozib chiqish taklif etiladi;
- navbatdagi bosqichda ishtirokchilar to'rt kishidan iborat kichik guruhlariga birlashtiriladi va har bir juftlik o'z tahlili bilan guruh a'zolarini tanishtiradilar;
- juftliklarning tahlili eshitilgach, ular birgalashib, ko'rib chiqilayotgan muammo yohud tushunchalarning umumiy jihatlarini (yoki farqli) izlab topadilar, umumlashtiradilar va doirachalarning kesishgan qismiga yozadilar.

Namuna: Mobil ilova ma'lumotlarini saqlash turlari bo'yicha

“Blis-o'yin” metodi

Metodning maqsadi: o'quvchilarda tezlik, axborotlar tizmini tahlil qilish, rejalashtirish, prognozlash ko'nikmalarini shakllantirishdan iborat. Mazkur metodni baholash va mustahkamlash maksadida qo'llash samarali natijalarni beradi.

Metodni amalga oshirish bosqichlari:

1. Dastlab ishtirokchilarga belgilangan mavzu yuzasidan tayyorlangan topshiriq, ya'ni tarqatma materiallarni alohida-alohida beriladi va ulardan materialni sinchiklab o'rganish talab etiladi. Shundan so'ng, ishtirokchilarga to'g'ri javoblar tarqatmadagi «yakka baho» kolonkasiga belgilash kerakligi tushuntiriladi. Bu bosqichda vazifa yakka tartibda bajariladi.

2. Navbatdagi bosqichda trener-o'qituvchi ishtirokchilarga uch kishidan iborat kichik guruhlariga birlashtiradi va guruh a'zolarini o'z fikrlari bilan guruhdoshlarini tanishtirib, bahslashib, bir-biriga ta'sir o'tkazib, o'z fikrlariga ishontirish, kelishgan

holda bir to'xtamga kelib, javoblarini «guruh bahosi» bo'limiga raqamlar bilan belgilab chiqishni topshiradi. Bu vazifa uchun 15 daqiqa vaqt beriladi.

3. Barcha kichik guruhlar o'z ishlarini tugatgach, to'g'ri harakatlar ketma-ketligi trener-o'qituvchi tomonidan o'qib eshittiriladi, va o'quvchilardan bu javoblarni «to'g'ri javob» bo'limiga yozish so'raladi.

4. «To'g'ri javob» bo'limida berilgan raqamlardan «yakka baho» bo'limida berilgan raqamlar taqqoslanib, farq bulsa «0», mos kelsa «1» ball quyish so'raladi. Shundan so'ng «yakka xato» bo'limidagi farqlar yuqoridan pastga qarab qo'shib chiqilib, umumiy yig'indi hisoblanadi.

5. Xuddi shu tartibda «to'g'ri javob» va «guruh bahosi» o'rtasidagi farq chiqariladi va ballar «guruh xatosi» bo'limiga yozib, yuqoridan pastga qarab qo'shiladi va umumiy yig'indi keltirib chiqariladi.

6. Trener-o'qituvchi yakka va guruh xatolarini to'plangan umumiy yig'indi bo'yicha alohida-alohida sharhlab beradi.

7. Ishtirokchilarga olgan baholariga qarab, ularning mavzu bo'yicha o'zlashtirish darajalari aniqlanadi.

**«Dasturiy vositalarni o'rnatish va sozlash» ketma-ketligini joylashtiring.
O'zingizni tekshirib ko'ring.**

Harakatlar mazmuni	Yakka baho	Yakka xato	To'g'ri javob	Guruh bahosi	Guruh xatosi
Android virtual mashinasini sozlash (AVD)					
Eclipse IDE ni o'rnatish					
Kerakli SDK versiyasini yuklab olish					
Android SDK Manager dasturini o'rnatish					
Java uchun kutubxona o'rnatish (JDK)					
Eclipse uchun ADT (Android development tools) plugin ni o'rnatish					

“Brifing” metodi

“Brifing”- (ing. briefing-qisqa) biror-bir masala yoki savolning muhokamasiga bag'ishlangan qisqa press-konferensiya.

O'tkazish bosqichlari:

1. Taqdimot qismi.
2. Muhokama jarayoni (savol-javoblar asosida).

Brifinglardan trening yakunlarini tahlil qilishda foydalanish mumkin. Shuningdek, amaliy o'yinlarning bir shakli sifatida qatnashchilar bilan birga dolzarb

mavzu yoki muammo muhokamasiga bag'ishlangan brifinglar tashkil etish mumkin bo'ladi. Tinglovchilar yoki tinglovchilar tomonidan yaratilgan mobil ilovalarning taqdimotini o'tkazishda ham foydalanish mumkin.

“Portfolio”metodi

“Portfolio” – (ital. portfolio-portfel, ingl.hujjatlar uchun papka) ta’limiy va kasbiy faoliyat natijalarini autentik baholashga xizmat qiluvchi zamonaviy ta’lim texnologiyalaridan hisoblanadi. Portfolio mutaxassisning saralangan o‘quv-metodik ishlari, kasbiy yutuqlari yig‘indisi sifatida aks etadi. Jumladan, talaba yoki tinglovchilarning modul yuzasidan o‘zlashtirish natijasini elektron portfoliolar orqali tekshirish mumkin bo‘ladi. Oliy ta’lim muassasalarida portfolioning quyidagi turlari mavjud:

Faoliyat turi	Ish shakli	
	Individual	Guruhiy
Ta’limiy faoliyat	Tinglovchilar portfoliosi, bitiruvchi, doktorant, tinglovchi portfoliosi va boshq.	Tinglovchilar guruhi, tinglovchilar guruhi portfoliosi va boshq.
Pedagogik faoliyat	O‘qituvchi portfoliosi, rahbar xodim portfoliosi	Kafedra, fakultet, markaz, OTM portfoliosi va boshq.

III. NAZARIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI

1-mavzu: Agrologistika fanining mazmuni, vazifalari va asosiy tamoyillari. Logistika konsepsiyasi. Qishloq xo‘jaligida makrologistik va mikrologistik tizimlar

Reja:

- 1. Agrologistika fanining mazmuni, predmeti va ob’ekti**
- 2. Agrologistika fanining maqsadi va vazifalari.**
- 3. Logistika asosiy tamoyillari to‘g‘risida tushunchalar.**
- 4. Moddiy oqimlar tushunchasi.**
- 5. Agrosanoat majmuida logistik tizimi. Qishloq xo‘jaligida makrologistik va mikrologistik tizimlar.**
- 6. Makrologistika tushunchasi. Makrologistik tizim vazifalari.**

1. Agrologistika asoslari fanining mazmuni, predmeti va ob’ekti.

Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davri bilan bog‘liq bo‘lgan iqtisodiyotdagi o‘zgarishlar o‘zgacha boshqarish va ishni tashkil etish usullarini talab etmoqda. Tabiiyki, bu o‘z navbatida ishlab chiqarishni boshqaradigan rahbarlarni tayyorlashda yangicha, boshqarish usullarini va iqtisodiy yo‘nalishlarni talab etmoqda. Bu bilimlarni iqtisodiyotning yangi yo‘nalishi bo‘lgan logistika fani orqali bilib olish

mumkin.

Logistika - ijtimoiy va iqtisodiy jarayonlar doirasida tovar va xizmatlarni xaridor tomon harakat samaradorligini oshirish maqsadida “xom-ashyo sotib olish, taqsimlash, sotish va istemol qilish”da yagona tizimga birlashgan turli tashkilot va kompaniyalarning barcha operatsiyalar, muolaja va vazifalarni muvofiqlashtirish asosida integratsiyalangan birgalikdagi faoliyatidir.

«Logistika» termini xorijiy va boshqa adabiyotlarda turlicha talqin qilinadi. «Logistika» soʻzi inglizcha (logistics) soʻz boʻlib, «sanoq sanʼati», “tafakkur qilish, hisoblash sanʼati” demakdir. Bizgacha logistika tushunchasining ikki talqini yetib kelgan:

Leybnis asarlarida mazkur termindan matematik logika (mantiq) ifodalangan; harbiy sohada logistika soʻzi - moddiy-texnik taʼminot, armiyaga transport xizmati koʻrsatish va qoʻshinlarning dislokatsiyasi (joylashtirilishi) joyini aniqlab berish kabilarni qamrab olgan qoʻshinlarni boshqarish sanʼatini ifodalay edi.

Bugungi kunda esa logistika boshqarish quroli, konsepsiyasi, jarayoni kabilarni oʻz ichiga olgan alohida fan sanaladi.

Logistika – iqtisodiy tizimda, mazkur tizim maqsadlariga yetishish uchun, u vujudga kelgan joydan to u borishi lozim boʻlgan manzilgacha imkon qadar kam xarajat bilan yetkazib berish sohasidagi moddiy va u bilan bogʻliq boʻlgan axborot, moliyaviy va servis oqimni boshqarish toʻgʻrisidagi fandır.

Logistika – isteʼmolchilarning talablarini toʻla qondirish va mablagʻlarning optimal ishlatilishi maqsadida moddiy oqimlar, ular bilan bogʻliq boʻlgan axborot, moliyaviy oqimlar, servis va uning harakatlanishini rejalashtirish, tashkil qilish va nazorat qilish jarayonidir.

Biznes nuqtai nazaridan logistika – moddiy oqim va u bilan bogʻliq boʻlgan axborot, moliyaviy oqim va servisni integratsiyalashgan boshqaruv quroli hisoblanib, optimal sarf-xarajalar bilan maqsadga erishishga zamin yaratadi.

Logistikada moddiy va u bilan bogʻliq boʻlgan servis, maʼlumot, moliyaviy oqimlar tadqiqot va boshqaruv obʼekti boʻlib hisoblanadi.

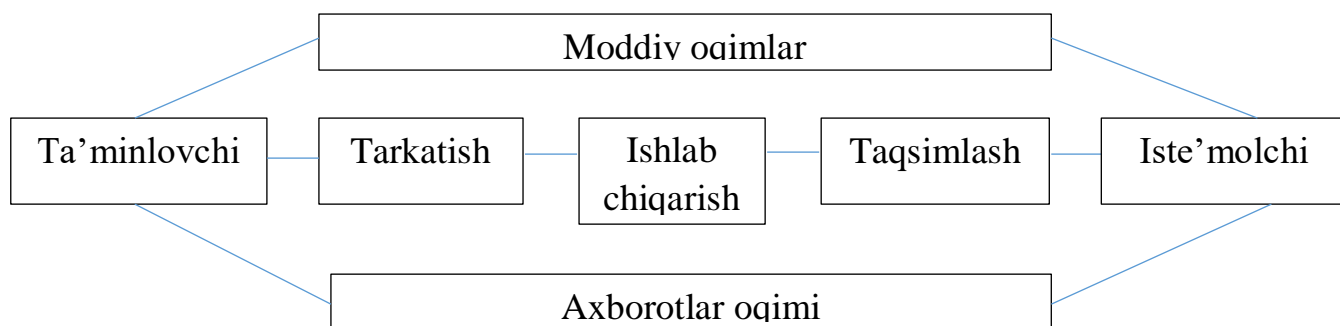
Adabiyotlarda oqimning bir qancha maʼnolari keltiriladi, aksariyat olimlar oqim bu - bir butun kabi qabul qilinadigan, maʼlum bir vaqt oraligʻidagi jarayon kabi mavjud boʻladigan, maʼlum bir vaqt oraligʻida mutlaq birlikda oʻlchanadigan obʼektlar yigʻindisidir, degan fikrni yoʻqlaydilar. Oqimni tavsiflaydigan asosiy parametrlar quyidagilar: boshlangʻich va soʻnggi punktlar; yoʻlning traektoriyasi va uzunligi, oraliqdagi punktlar; harakatlanish va tezlik vaqti.

Logistika obʼekti – moddiy oqimlar, oqimlar jaraeni, isteʼmolchilarni buyurtmalarini bajarish jaraeni, mahsulotlarni tashish jaraeni.

Logistika predmeti – Mahsulot va xizmatlarni yetkazib berish jaraenini nazorat qilish, tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish boʻyicha logistikaning faoliyati.

Logistika – xomashyo va materiallarni ishlab chiqarish korxonalarigacha yetkazib berish jarayonida amalga oshiriladigan transportda tashish, omborlarga joylashtirish va boshqa moddiy hamda nomoddiy operatsiyalarni rejalashtirish, nazorat qilish va boshqarish, xomashyo, materiallar, yarim fabrikatlarni zavod ichida qayta ishlash, tayyor mahsulotni isteʼmolchiga uning manfaatlari va

talablariga muvofiq tarzda yetkazish, shuningdek, tegishli axborotni uzatish, saqlash va qayta ishlash to'g'risidagi fan.



1-rasm. Logistika boshqarish jarayoni.

Logistik operatsiya yoki logistika operatsiyasi – u yoki bu moddiy, axborot yoki moliyaviy oqimning iqtisodiy faoliyati jarayonida qayta o'zgartirish tashabbusini maqsad qilib olgan harakatlar majmui.

Logistik zanjir – bu moddiy va axborot oqimi o'tadigan, dastlabki materialni olish, tayyor mahsulotni iste'molchiga yetkazib berish amalga oshiriladigan, jismoniy yoki yuridik shaxslarning chiziqli tartibga solingan majmuini ifoda etadigan zanjir.

Odatda, har bir korxonada o'zining mahsulotini tabiiy (fizikaviy) taqsimlanishini nazorat qiladi. Logistika tizimi esa qishloq xo'jaligida mahsulotlar moliyaviy resurslar va axborotlar oqimini boshqaradi.

Logistika umumiy xarajatlarni minimallashtirishga imkon yaratish bilan bir qatorda mahsulotni sifatini ko'tarishga ham ta'sir qiladi, chunki faqat sifatli mahsulotlar tashqi bozordagi raqobatni ko'tara oladi. Bunday sharoitda firmalar istemolchilarga qiladigan xizmatlarini ham sifatini oshirishga majburlar.

2. Agrologistika fanining maqsadi va vazifalari.

Logistika xo'jalik tuzilmalari faoliyatining bozor turidagi iqtisodiyotda umumiy strategiyasi va taktikasini aks ettiradi. Ayni paytda faoliyat ko'rsatishni logistik tartibiga o'tgan firmalar va korxonalarning tanlagan strategiyasi iste'molchiga mo'ljallangan bo'lishi kerak.

Ma'lumki, iste'molchilarning tovar sotib olish sababi juda o'zgaruvchan hisoblanadi. Ammo, har doim har qanday iste'molchini jalb qiluvchi doimo kerak bo'ladigan mezonlarni ajratish mumkin.

- Aniq muddatida.
- Aniq miqdori.
- Kafolatlangan sifat.
- Yetkazib beruvchining tezda javob berishi.
- Nisbiy eng kam harajatlar.

Bu va boshqa mezonlar logistik tizimlarni yaxshi qanoatlantirishi mumkin. Negaki, ular aynan ana shu maqsadlar uchun ishlab chiqiladi va yaratiladi. Bunda logistika maqsadi iste'molchi istaklariga moslashishdan iborat. Shundan kelib chiqqan holda, shuni ta'kidlaymizki:

Logistikaning asosiy maqsadi tegishli sifat va miqdordagi mahsulotni aniq muddatda, nisbiy kam harajatlar bilan uni ta'minlash, saqlash, ishlab chiqarish, qadoqlash, sotish va transportda tashishga, shuningdek, axborotni olish, qayta ishlash va uzatish hisoblanadi.

Shuni ta'kidlash joizki, logistikaning asosiy maqsadi intilishni talab etadigan ideal holatni ifodalash hisoblanadi. Ushbu intilish mustahkam asosga ega bo'lishi uchun logistikaning asosiy maqsadi kichik maqsadlar bilan aniqlashtiriladi. Ularning eng muhimlari quyidagilar:

-Foyda va tavakkalchilik, daromad va harajatlar, imkoniyatlar va ehtiyojlarning kompleks taqqoslash asosida takomillashmagan jarayonlarni ochib beradigan samarali nazorat tizimini yaratish.

-Xo'jalik tuzilishining rasmiy kelishilgan va texnologik oqilona tashkiliy tuzilmasini yaratish. Jami harajatlarni mavjud quvvatlardan imkon qadar foydalangan holda minimallashtirishni ta'minlaydigan moddiy, axborot va boshqa oqimlarni takomillashtirish bo'yicha samarali boshqaruv tizimini yaratish.

Xo'jalik faoliyatini strategik va tezkor boshqarishda logistik tizimlarni yaratish raqobatchilik kurashida muvaffaqiyat garovi sifatida ko'rib chiqiladi. Bunday baholash o'zini oqlaydi. Chunki, logistik tizimlarni shakllantirish qo'yidagilar bilan bog'liq:

-bozorni, uning tafovutlari va qonunchiligini chuqur o'rganish;

-muqobil variantlarni ishlab chiqish uslubiyatini takomillashtirish va to'g'ri tanlashni amalga oshirish;

-nafaqat to'g'ri yakuniy va oraliq natijalarni, balki ikkinchi darajali holatlarni ham samarali prognozlash;

-boshqaruvning barcha darajalari va barcha sohalaridagi harakatlarni bir-biriga moslash.

Bundan tashqari, logistik konsepsiyadan joriy tuzilmalar doirasida amaliy foydalanish quyidagilarni amalga oshirish imkonini beradi: - moddiy, axborot va boshqa oqimlarning barcha yo'nalish yo'llari tahlilining xolisligi va nazorat qilish samaradorligini oshirish;

-muqobil qarorlarni ishlab chiqish, shuningdek, to'g'ri qarorni tanlash, qabul qilish va amalga oshirish jarayonlarini yengillashtirish va tartibga solish;

-iqtisodiy-matematik va boshqa uslublarni nafaqat rejalashtirish bosqichida, balki amalga oshirish va nazorat qilish bosqichida ham qo'llash ko'lamini kengaytirish;

-xo'jalik yuritish sub'ektlarining tadqiqot va amaliy faoliyatini takomillashtirish imkonini beradigan hal etilayotgan vazifalar parametrini to'g'ri aniqlash va baholash mezonlarini moslashtirish;

-maqsadli yo'nalishlarni tanlash va rasmiylashtirish samaradorligini oshirish, shuningdek, ularga erishish uslubiyatini takomillashtirish.

Korxonaning strategik maqsadlari va logistika maqsadlarini birlashtirish faoliyatning turli sohalari hamda boshqaruvning turli darajalarida tabiiy tarzda amalga oshiriladi. Ayni vaqtda amaliyot shuni ko'rsatadiki, logistika uslubiyatini korxonaning funksional faoliyatidan tortib ayrim operatsiyalarigacha birlashtirish qanchalik yuqori bo'lsa, ushbu faoliyatning oraliq va yakuniy samarasi shunchalik yuqori bo'ladi.

Logistik maqsadlar - boshqaruv sarf-harajatlarini qisqartirish, vaqt yo'qotish, bajarilayotgan ishlarning ma'lum va umumiy samaradorligini oshirish, mehnatni tashkil etishni yaxshilash va hokazolarning universialligi ularga har qanday xususiyatga ega strategik va taktik maqsadlarning uzviy moslashishi imkonini beradi.

Maqsadlar birlashuvi gorizontol va vertikal holat bo'yicha amalga oshiriladi.

Gorizontol holat bo'yicha korxonalarining har bir alohida sohasida moddiy va axborot oqimlarini boshqarish jarayonida to'g'ri hamda teskari aloqalari bo'yicha harakatlarning o'zaro bog'liqligi amalga oshiriladi.

Maqsadlarning vertikal birlashuvi ularning faoliyatning barcha sohalari va boshqaruvning barcha darajalaridagi kelishuvida namoyon bo'ladi. Masalan, mavjud quvvatlardan imkon qadar foydalanishda sarf-harajatlarni kamaytirishning logistik maqsadi boshqaruv xodimlari va ijrochilarining korxonalar faoliyatining moliyaviy sohasi, ta'minot-sotish, ishlab chiqarish, kadrlarni boshqarish va boshqa sohalarda boshqaruv faoliyatini baholashning mezonlariga aylanadi.

Korxonalarni (korxonalar guruhini) boshqarish tizimining yeierarxik tuzilmasida bir qancha darajalar bor. Ularning har birida strategik va taktik maqsadlar ushbu daraja mohiyatidan kelib chiqqan holda shakllanadi.

Masalan, butun bir korxonaning strategik maqsadi yuqori rahbariyat darajasidagi mezon sifatida bevosita xizmat qiladi.

O'rtacha darajada strategik maqsadlarni amalga oshirishga mo'ljallangan va ayri bo'linmalar faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiradigan taktik maqsadlar hamda aniq vazifalar mezon vazifasini o'taydi.

Keyingi darajalarda faoliyatni aniqlashtirish bosqichi oshadi va bunda taqsimlash, foydalanish, samardorlik, sifat, muddat va hokazolar ko'rsatkichlari mezon vazifasini bajaradi.

Logistik tizimda ham gorizontol va vertikal birlashishdagi kabi sohalar hamda darajalar o'rtasida muntazam o'zaro ta'sir va teskari aloqalar zarur. Bu boshqaruvchilik va ijrochilik qarorlarini ishlab chiqish hamda amalga oshirish jarayonlarini samaradorliginig eng muhim aniqlovchi shartidir.

Maqsadlar vazifalarni qo'yishni belgilaydi. Vazifalar faoliyatning mo'ayyan ko'rsatkichlariga rasmiylashtiriladi. Teskari aloqa esa xo'jalik faoliyatini tahlil qilish, uning ko'zda tutilgan maqsadlarga mosligini nazorat qilish uchun asos hisoblanadi. Olingan ko'rsatkichlarning maqsadlarga mos kelmasligi keyingilarining o'zgarishiga yoki korxonada nazorat tizimining keskinlashuviga olib kelishi mumkin.

Maqsad va ko'rsatkichlarning bir-biriga mos kelmasligi turli sabablar bo'yicha sodir bo'lishi mumkin. Ulardan eng keng tarqalgani quyidagilar:

-tepadan pastga teng rasmiylashtirmaslik;

- boshqaruvchilik qarorlarining yetarlicha batafsil tekshirilimagan;
- harakatlarning boshqaruvning turli darajalarida kelishilgani va hokazolar.

Logistika ushbu va boshqa kamchiliklarni eng oz miqdorga keltiradi. Birlashish jarayonida u korxonalar (xo'jalik birlashmasining) maqsadlari tizimini boshqaruvning barcha sohalari va barcha darajalarida yagona hal qilishga ega bir-biriga mos vazifalar majmuiga o'tishiga yordam beradi. Natijada logistika yordamida yagona, samarali mo'ljallar va barcha tuzilmaviy bo'linmalar uchun tizim orqali faoliyat yuritish qoidalarini ishlab chiqishga erishiladi.

3. Logistikaning asosiy tamoyillari to'g'risida tushunchalar.

Logistika maqsadlarini amalda amalga oshirish uchun ahamiyat darajasi bo'yicha uchta guruhga bo'linadigan qator tegishli vazifalarni mos ravishda hal etish yo'llarini topish zarur.

- dolzarb vazifalar;
- umumiy vazifalar;
- xususiy (mahalliy) vazifalar.

Logistik tizimning asosiy maqsadiga muvofiq logistikaning asosiy vazifasi, ya'ni xo'jalik yuritish sub'ektlarining (korxonalar, birlashmalar) bozor konyukturasiga eng kam harajatlarni bilan imkon qadar moslashishga erishish, bozorda ishtirok etish ulushini ko'paytirish va raqobatchilar oldida ustunlikka erishish alohida ajratiladi.

Logistika mohiyati bo'yicha xo'jalik faoliyatini boshqarish jarayonida birlashtiruv vazifasini o'taydi. Shu sababli logistik tizimning turidan qat'i nazar quyidagilar uning dolzarb vazifalari sanaladi:

- moddiy, axborot va - ishlab chiqarish va muomala sohasining logistik quvvatlaridan foydalanish ustidan strategik kelishuv, rejalashtirish va nazorat qilish;
- logistik konsepsiyani bozor muhitida tanlangan strategiya doirasida muntazam takomillashtirish;
- faoliyat yuritishning tashqi va ichki sharoitlarining o'zgarishlariga tez ta'sirlanish yo'li orqali yuqori tizimli moslashishga erishish.

Dolzarb vazifalarni hal etishni mahalliy vazifalarni belgilash va hal etmasdan turib amalga oshirib bo'lmaydi. +uyidagi umumiy vazifalarni hal etish barcha turdagi logistik tizimlarning rivoj topishining shartlari hisoblanadi:

- logistik tizimlarda oqimli jarayonlar ustidan mufassal nazoratni amalga oshirish;
- moddiy oqimlarni boshqarish uslublarini ishlab chiqish va takomillashtirish;
- ishlab chiqarish, tashishlar, zahiralar va hokazolar hajmini ko'p variantli progn ishlab chiqarish ehtiyojlari va moddiy-texnika ta'minoti imkoniyatlari, shuningdek, sotishdagi logistik xizmatlar ehtiyoji hamda logistik tizim imkoniyatlari o'rtasidagi nomutannosiblik- logistik xizmatlar va alohida operatsiyalar sifatiga talablarni standartlash;
- xo'jalik aloqalarini oqilona shakllantirish;
- vaqt, moddiy, mehnat va pul resurslarini yo'qotishning paydo bo'lish markazlarini aniqlash;
- transport-ombor majmualarining texnik va texnologik tuzilmalarini optimallashtirish;

-moddiy resurslar, yarim fabrikatlar, tayyor mahsulotni jismoniy ko‘chirishning strategiyasi va texnologiyasini aniqlash;

-dolzarblashtirilgan (joriy, tezkor) logistik maqsadlar va logistik tizimlar harakati parametrlarini rasmiylashtirish.

Dolzarb va mo‘ayyan vazifalarni hal etish uchun liniyali dasturlash, funksional-qiymat tahlili, yasama modelashtirish va boshqa uslublar qo‘llaniladi. Tegishli tadqiqotlar va ishlanmalar tahlili natijalari infratuzilma ob‘ektlarini loyihalashtirish, ishlab chiqarish, transport-ombor jarayonlarini avtomatlashtirishning texnologiya va vositalarini ishlab chiqish, boshqaruvni kompyuterlashtirish, shuningdek, samarali tashkiliy tuzilmalar va boshqaruv tizimlarini yaratishda qo‘llaniladi.

Xususiy vazifalar logistikada mo‘ayyan xususiyatga egadir. Ular yanada jadalroq va xilma-xildir.

-barcha turdagi va barcha bosqichlardagi zahiralarni optimallashtirish;

-mahsulotni saqlash vaqtini imkon qadar qisqartirish;

-tashishlar vaqtini qisqartirish;

-iste‘molchilar talablariga tez ta‘sir lanish;

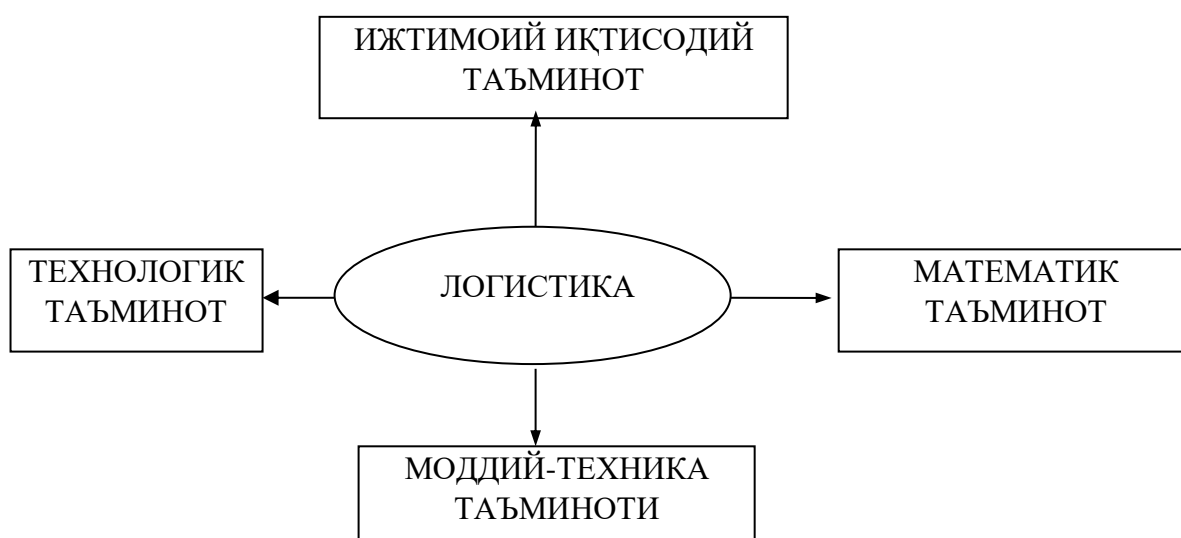
-logistik zanjirning barcha bo‘g‘inlarida sarf-harajatlarni pasaytirish;

-transport vositalarini oqilona taqsimlash;

-sotuvdan keyingi sifatli xizmatni kafolatlash;

-axborotni qabul qilishga, qayta ishlashga va berishga doim tayyorgarlikni saqlash;

-oqimlarning transformatsiya ob‘ektlari va hokazolar orqali harakati ketma-ketligi hamda bo‘g‘iniligi.



2-rasm. Logistikaning ta‘minlash tizimi.

Ushbu guruh vazifalarini hal etishda evristik uslublardan, ko‘plab noaniq nazariyadan foydalaniladi. Negaki, logistik tizimlar ko‘pincha tovar harakatining noaniq sharoitlarida ishlashi kerak. Shuningdek, bu borada imitatsion modellashtirishni ham qo‘llaydi, chunki uning usullari transport-ombor tizimlarida yuzaga keladigan “tromblar” va “ilojsizliklar”ni aniqlash, shu bilan birga turli

zonalarining (omborga joylashtirish, ekspeditsiya, qadoqlash, texnologik va boshqa zonalar) ushbu tizimlardagi eng kam bandligini hisobga olishga yordam beradi.

4. Moddiy oqimlar tushunchasi.

Moddiy oqim tushunchasi iqtisodiy logistikada juda muhim hisoblanadi. Ushbu tushuncha mehnat mahsulotlarining muomala va ishlab chiqarish sohalarida o'zgarishi hamda harakati uzluksizligi, shuningdek, chiqindilarning qayta aylanishini umumlashtiradi. Moddiy oqim jarayonida ma'lum bir ob'ektga vaqtning belgilangan bir qismida turli logistik operatsiyalarni qo'shadigan ba'zi bir hodisa sifatida ko'rib chiqiladi. Moddiy oqimlar xomashyo, yarim fabrikatlar va tayyor mahsulotlarni transportda tashish, omborlarga joylashtirish hamda boshqa moddiy operatsiyalarni bajarish natijasida shakllanadi. Moddiy oqimlar turli korxonalar o'rtasida yoki bitta korxonada ichida oqib o'tishi mumkin.

Ushbu keng ko'lamli tushuncha "oqim" atamasi bilan bog'liq boshqa qator tushunchalarni masalan, taqsimlash va sotish sohasida "tovar oqimi"ni, moddiy-texnika ta'minoti va transport sohasida "yuk oqimi"ni o'z ichiga oladi.

Logistikada moddiy oqimlar logistik operatsiyalar, jarayonlar, bo'g'inlar, logistik tizimning umumiy maqsadlariga erishish uchun tayyor mahsulot, moddiy resurslarni qazib olish, qayta ishlash, iste'mol qilishning (qayta taqsimlash) alohida tarzda biri-biri bilan bog'langanligini ifoda etadi.

Moddiy oqimning mavjudlik shakli uning ta'rifi bilan bog'liq va harakat bosqichiga qarab o'zgaradigan moddiy-ashyoviy tuzilishlarda namoyon bo'ladi.

Masalan, korxonaga nisbatan moddiy oqim ishlab chiqarish jarayonlarini moddiy resurslar bilan ta'minlash bosqichida xomashyo, tarkibiy qismlar, qo'shimcha materiallar oqimi, ishlab chiqarish bosqichida yarim fabrikatlar, taqsimlash, sotish bosqichida esa tayyor mahsulot, iste'moldagi mahsulot uchun ehtiyot qismlar ko'rinishida taqdim etiladi.

Moddiy oqimlarni o'rganish ishlab chiqarishning texnologik jarayonlarini, moddiy-texnika ta'minotini, mahsulotni transportda tashish va sotishni optimallashtirish, hujjat ayriboshlashni oqilona tashkil etish, ishlab chiqarish, ombor va yordamchi inshootlarni loyihalashtirish, boshqaruvning yuqori samarali kommunikatsiya infratuzilmasi va tashkiliy tuzilmasini tashkil etish uchun asos bo'lib xizmat qila

Moddiy oqimlar quyidagi belgilar bo'yicha tasniflanadi:

1. Logistik tizimga nisbatan ichki oqimlar ajratiladi, ya'ni mazkur logistik tizim ichidagi moddiy oqimlar va tashqi, ya'ni logistik tizim ichidagi moddiy oqimlar.

2. Moddiy oqimlar logistik tizim bo'g'inlariga nisbatan kirish va chiqish oqimlarga bo'linadi.

Kiradigan moddiy oqimlar deganda logistik tizimga tashqi muhitdan keladigan tashqi oqim tushuniladi.

Chiqadigan moddiy oqim - bu logistik tizimdan chiqadigan va tashqi muhitga kiradigan oqimdir.

Kiradigan va chiqadigan moddiy oqimlar davriy aloqalarni amalga oshirish shakli hisobalanadi, ya'ni bular bitta mikrologistik tizimdan chiqib, bir vaqtning o'zida boshqasiga kiradigan va aksincha sanaladigan aloqadir.

3. Moddiy oqimlar nomenklatura bo'yicha bir mahsulotli (bir turli) va ko'p mahsulotli (ko'p turli) oqimlarga bo'linadi. Nomenklatura deganda statistik hisobot,

hisobga olish va rejalashtirish maqsadlari uchun mahsulotlar guruhleri, kichik guruhleri va pozitsiyalarining tizimli ro'yxati tushuniladi.

4. Turlar bo'yicha moddiy oqimlar bir turli va ko'p turliga bo'linadi. Mahsulotning turi - bu bir-biri bilan navi, turi, hajmi, tamg'asi, tashqi bezagi va boshqa belgilari bilan ajzralib turadigan ma'lum tur yoki nomdagi mahsulotning tarkibi va nisbatidir.

5. Transportda tashish jarayonida yuk xususiyati bo'yicha moddiy oqimlar o'z ichiga transport turi, transportda tashish uslubi, yukning o'lchami, og'irligi va fizika-kimyoviy xususiyati, taralash usullari, transportda tashish shariotlari kabi belgilarni oluvchi transport omili bo'yicha alohida tasniflanadi.

6. Determinatsiya darajasi bo'yicha moddiy oqimlar determinatsiyalangan va stoxastik oqimlarga bo'linadi. Determinatsiyalangan moddiy oqimlar deb to'liq ma'lum bo'lgan (determinatsiyalangan) parametrli oqimlarni ataymiz. Agarda ushbu parametrlardan birortasi ma'lum bo'lmasa yoki tasodifiy miqdor (jarayon) hisoblansa, unda moddiy oqimlar stoxastik deb ataladi.

7. Moddiy oqimlar vaqtda uzluksizlik belgisi bo'yicha uzluksiz va diskretli moddiy oqimlarga bo'linadi. Uzluksiz moddiy oqimlarga masalan yopiq davrdagi uzluksiz ishlab chiqarish (texnologik) jarayonlardagi xomashyo va materiallar oqimi, quvur yotqizish transporti yordamida ko'chadigan neft mahsulotlari, gaz oqimlari va hokazolar kiradi. Ko'pchilik moddiy oqimlar diskretli hisoblanadi.

Moddiy oqim jadallik kabi ko'rsatkich bilan ham tushuntirilishi mumkin. Jadal moddiy oqim deganda mo'ayyan vaqt oralig'ida logistik tizimga krib boradigan mahsulot birligi miqdori tushuniladi.

Logistika ish olib boradigan yuk birliklarining moddiy oqimlari turli belgilar bo'yicha tasniflanishi mumkin. Bunday oqimlar tasnifi 1-jadvalda keltirilgan.

Ushbu jadvaldagi oqimlar turlariga berilgan ayrim ta'riflar sifatli xususiyatga ega. Ular tushuntirishlarni talab etmaydi, chunki oqimlarning ma'nosi ularning nomlarining o'zida ochib berilgan.

Boshqa holatlarda oqimlar turlarining ta'rifi miqdoriy xususiyatga ega va tasniflangan belgining aynan qaysi ma'nosi bunday moddiy oqimlarni turlar bo'yicha cheklash uchun xizmat qilishni tushuntirishni talab etadi.

1-jadval

Logistikada moddiy oqimlarning tasnif jadvali.

Tasnif belgisi	Yuk birliklarining moddiy oqimlari turlari
Tizimga munosabati	Ichki Tashqi Chiqadigan Kiradigan
Moddiy-tovar boyliklar tarkibi	Bir xil turli Ko'p xil turli
Ko'lamdorligi	Ommaviy Yirik O'rta

	Mayda
Yuk birliklarining xususiyati va og'irligi	Og'ir vaznli Yengil vaznli
Oqim yuk birliklarining bir-biriga mos kelish darajasi	Mos keladi mos kelmaydi
Oqim yuk birliklari konsistensiyasi	To'kib ortiladigan yuk Qoplanmaydigan yuklar Tovar-dona yuklar Quyib tashiladigan yuklar

Pastda tegishli tushuntirishlar keltirilgan bo'lib: ular tasniflangan oqimlarning eng so'nggi ma'nosiga asoslanadi.

Ommaviy oqim - bu bir guruh transport vositalari tomonidan transportda tashishni, masalan, ko'plab vagonlardan iborat temir yo'l tarkibi, treyler kolonnasi va hokazolarni talab etadigan oqim.

Yirik oqim - bu bir nechta vagon yoki treylerlarni va hokazolarni talab etadigan oqim.

O'rtacha oqim - bu bitta vagon, treyler va hokazolardan tashkil topgan oqim.

Mayda oqim - bu yakka transport vositasining yuk ko'tarishiga qaraganda kam yuk oqimlari bo'lib, transportda tashishda boshqa mayda oqimlar bilan qo'shilishi mumkin.

Og'ir vaznli oqimlar - bu yuqori zichlangan yuklardan tashkil topgan va shu og'irlikda kichik hajmni egallaydigan oqimlardir. Bunday oqimlarga suvda tashishda 1 tonnadan oshiq yuklardan, temir yo'llar orqali tashishda yarim tonnadan iborat yuklardan tashkil topgan oqimlar kiradi.

Yengil vaznli oqimlar - bu kam zichlangan va gabaritlar tomonidan aniqlanadigan berilgan hajmda mazkur transport vositasi uchun ortish mumkin bo'lgan kichik vaznli yuklardan tashkil topgan oqimlardir. Bunday oqimlarda 1 tonna yuk 2 kub metrdan oshiq joyni egallaydi.

To'kib ortiladigan yuklarni maxsus transport vositalari - bunkerli vagonlar, konteynerlar, treylerlar va hokazolarni talab etadigan oqimlar tashkil etadi. Bunday oqimlarga g'alla misol bo'la oladi.

Qoplanadigan yuklarni maxsus taralashni talab qilmaydigan va muzlab, bir-biriga yopishib qoladigan oqimlardan tashkil topadi. Bunday yuklarga ruda, ko'mir va hokazolar misol bo'la oladi.

Tara-dona yuklar turli xil fizik va kimyoviy xususiyatlarga ega. Ular ma'lum bir tarada (yashik, qoplar va hokazolarda) va talarsiz ham donalab (uzunli o'lchovli yuklar, prokat va hokazolar) transportda tashilishi mumkin.

Quyib tashiladigan yuklar - bu sisternalar va transport vositalarining boshqa turlariga quyiladigan yuklardir.

U yoki bu moddiy oqimni ta'riflaydigan asosiy parametrlar quyidagilar:

-transport massasi M ;

-transport yo'li L ;

-transport vaqti T .

Logistikada skalyar va vektor transport massalari ajratiladi. Birinchi holatda yuk birligini tashkil etuvchi oqimlarni hisoblash bilan cheklanadi, transportda

tashishning talab etiladigan yoki haqiqatdan ham bo'ladigan yo'nalishi esa ko'rib chiqilmaydi. Ikkinchi holatda qayd etilgan ma'lumotlardan tashqari, dastlabki punkt va tegishli moddiy oqimning mo'ljallangan punkti to'g'risida axborot ham ko'rib chiqiladi.

Tashishlarni tashkil etishning logistik chizmasidagi transport yo'li odatda to'g'ri liniyalik vektorlar bilan aks ettiriladi. Biroq ular haqiqatda yukni tashish yo'nalishi bo'yicha borishning real yo'lini ifoda etadi.

Transport vaqti - bu tashish jarayonini bajarishni boshlash va yakunlash uchun kerakli vaqt hisoblanadi. Odatda transport massasi harkatining umumiy vaqti va transport massasining yo'lda bo'lish vaqti ajratiladi.

Shuningdek, ba'zida transport massasini vektor transport yo'lga skalyar o'tkazish sifatida aniqlanadigan transport ishi tushunchasidan foydalaniladi.

Moddiy oqim - bu (yuklar, detallar, tovar-moddiy boyliklar ko'rinishidagi) mahsulot bo'lib, ushbu mahsulot unga turli logistik (transportda tashish, omborlarga joylashtirish va boshqalar) va texnologik (mexanik qayta ishlash, yig'ish va boshqalar) operatsiyalarni ilova qilish jarayonida ko'rib chiqiladi hamda ma'lum bir vaqt oralig'iga kiritilgan.

Moddiy oqimning bir maromlilik surtida yukni o'lchash birligi (dona, tonna va hokazo) va maxrajida vaqtni o'lchash birligi (kun, oy, yil va hokazo) ko'rsatilgan kasrni ifoda etadi.

Moddiy oqim quyidagi parametrlarning mo'ayyan to'plami bilan ifodalanadi:

- mahsulot nomenklaturasi, turi va miqdori;
- gabarit xususiyatlar (hajm, maydon, liniyalik o'lchamlar);
- vazn xususiyatlari (umumiy massa, /ves brutto/ idish bilan birgalikdagi og'irlik, /ves netto/ idishsiz og'irlik);
- yukning fizika-kimyoviy xususiyati;
- tara xususiyatlari (qadoq);
- oldi-sotdi shartnomasi sharti (shaxsiy mulkka berish, yetkazib berishlar);
- transport tashish va sug'urtalash shartlari;
- moliyaviy (qiymat) xususiyatlar;
- jismoniy taqsimlashning mahsulot ko'chiishi va hokazolar bilan bog'liq boshqa operatsiyalarini bajarish sharti.

Qayd etilgan parametrlarning har biri bilan axborotning ma'lum bir hajmi, ko'pchilik parametrlar bilan esa moliyaviy ko'rsatkichlar (harajatlar, narxlar, tariflar) va cheklanishlar bog'liq. Biroq shuni hisobga olish kerakki, vaqt va miqyos jihatlarida axborot va moliyaviy oqimlar moddiy oqimlar bilan to'g'ri kelmaydi.

Moddiy oqimlar vaqt oralig'ida emas, balki ma'lum bir vat paytida ko'rib chiqilgan holatlarda ular moddiy zahiralarga (xomashyo, tayyor mahsulot va hokazolar) asoslanadi.

Moddiy oqimlar ikkita qarama-qarshi holatlarda ikkita, ya'ni jadal moddiy oqim va turg'un moddiy oqim ko'rinishda bo'lishi mumkin.

Har ikki holat ham birgalikda mahsulotni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yoki manbadan mo'ljallangan punktgacha yetkazib berishni tashkil etish hamda bosharishning yagona jarayonini tashkil qiladi. Moddiy oqimlar turli korxonalar

rtasida yoki bitta korxonada ichidan oqib o'tishi mumkin. Moddiy oqimlar tadqiqot ob'ekti sifatida bir necha belgilar bo'yicha tasniflanishi mumkin.

Moddiy oqimlar bir maromligi bo'yicha uch guruhga bo'linadi:

1. Uzluksiz - ishlab chiqarish jarayonida kono'eyer yoki avtomatlashtirilgan liniyalarda, moddiy resurslarni quvvur o'tkazish bo'yicha transportda tashish;

2. Diskretli - ehtiyojlarni omborlardan va tranzit yo'li bilan yetkazib berish shaklida ta'minlashni tashkil etish, moddiy resurslarni kichik va o'rta hajmli ishlab chiqarishda ish joyiga berish, tayyor mahsulotni doimiy kontragentlarga muntazam ortib jo'natish va hokazolar;

3. Blis-oqim - bir marta yetkazib berish, ortib jo'natish, ish joylariga kamdan-kam iste'mol qilinadigan mehnat vositalari va ashyolarini berish.

Moddiy oqimlar o'rganish vositasiga qarab quyidagi bo'lishi mumkin:

-oziq-ovqat;

-operatsiyaviy;

-uchastkali;

-tizimli.

Oziq-ovqat moddiy oqimlari - bu mo'ayyan mahsulot va mehnat vositalarining ko'chishi ushbu oqimlarning o'rganish ob'ekti (tahlil, rejalashtirish va h.k.) hisoblanadi. Masalan, metallurgiya ishlab chiqarishda temir rudasi, issiqlik elektr stansiyasiga gaz uzatish va h.k.

Operatsiyaviy moddiy oqimlar - bu ayrim logistik operatsiyalarga nisbatan moddiy resurslar oqimidir. Masalan, yukni tushirish, poddonlarga taxlash operatsiyalari bo'yicha moddiy oqimlar. Operatsiyaviy moddiy oqimlar parametrlari ayrim vaqt oralig'iga mo'ljallangan ayrim operatsiyalar bo'yicha ishlar hajmiga mos keladi. Mazkur oqimlar uchastka moddiy oqimlarni hisobga olish uchun asos hisoblanadi.

Uchastka moddiy oqimlari - bu logistik tizimning alohida uchastkasida ko'rib chiqiladigan oqimlar jamuljami. Uchastka moddiy oqimlar parametrlari mazkur uchastkada amalga oshirilayotgan barcha logistik operatsiyalar bo'yicha ishlar hajmi jamlash yo'li orali aniqlanadi.

Tizimli oqimlar - bu logistik tizim bo'yicha aylanib yuradigan moddiy oqimlardir.

Tizimli moddiy oqimlar parametrlari amalgadagi logistik tizimning uchastka oqimlarini jamlash yo'li bilan aniqlanadi. Moddiy oqimlar son va sifat ko'rsatkichlarini bilan ta'riflanadi. Ular asosiylari moddiy oqimning kuchi va qizg'inligi hisoblanadi. Ushbu ko'rsatkichlar o'rtasida odatda qarama-qarshi bog'liqlik kuzatiladi. Ularga yetkazib berishlar hajmi, vaqti va shakli to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiladi.

Masalan, korxonada katta hajmdagi xomashyo yoki moddiy oqimlar mahsulotini tranzit yetkazib berishda katta kuchga ega bo'lishi mumkin, biroq uzoq muddatli davriylik sababli logistik kanal qizg'inligi unchalik katta bo'lmasligi ham mumkin. Yoki aksincha, "aniq muddatda" uslubi bo'yicha yetkazib berishlarni tashkil etishda ko'chib yuradigan yuklar hajmi unchalik katta bo'lmasligi mumkin, biroq yetkazib berishlar tez-tez bo'lishi mumkin. Bu mazkur logistik zanjirni (kanal) va tegishli ravishda moddiy oqimni ham juda qizg'in qilishi mumkin.

Logistikada “moddiy oqimlar” tushunchasining joriy qilingani munosabati bilan ularni boshqarish jarayoni ikkita sohaga - moddiy boshqaruv va moddiy taqsimlashga bo‘linadi.

Moddiy boshqaruv - bu moddiy oqimlar va yarim fabrikatlarning korxonasi va uning tashqarisida ko‘chishini rejalashtirish, tashkil etish hamda boshqarishdir.

Moddiy taqsimlash - bu tayyor mahsulotni iste‘molchilar o‘rtasida taqsimlash va uni mo‘ljallangan joyga yetkazib berishni tashkil etishdir.

Ushbu tushunchalar o‘z ichiga xo‘jalik, ishlab chiqarish aloqalarini o‘rnatish, transportda tashish, yuklash-tushirish ishlari, omborlarga joylashtirish, tovar massasini taqsimlash, iste‘molchilarga xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq qator vazifalarni hal etishga kompleksli yondoshuvni oladi.

Bunday yondoshuvda moddiy boshqaruv faoliyat sohasini ancha keng, moddiy taqsimlashni esa tayyor mahsulotni sotishga nisbatan tegishli ravishda kengroq ifoda etadi.

Bunda transport faoliyati xuddi yagona jarayon sifatida ko‘rib chiqiladi va bir tomondan moddiy boshqaruvga, ikkinchi tomondan esa moddiy taqsimlashga kiritiladi.

An’anaviy yondoshuvda transportda tashish jarayoniga transport vositasilari bilan amalga oshiriladigan moddiy resurslar va tayyor mahsulotni yetkazib berishni, shuningdek, shoxobcha yo‘llarda bajariladigan yukni ortish-tushirish ishlari kiradi.

Logistik tizimlarda esa transport ishlari materiallar va mahsulotlarning tizimning har qanday uchastkasida har qanday ko‘chib yurishini o‘z ichiga oladi. Bunday ishlar transport ishlari emas, balki transport-ko‘chib yuruvchi ishlar deyiladi. Bunga korxonaga moddiy resurslarning kelib tushayotganda, ularning ishlab chiqarish jarayonida bir ish joyidan ikkinchisiga harkatida amalga oshiriladigan barcha operatsiyalar, hattoki yarim fabrikatlarning ishlab chiqarish operatsiyasi doirasida (o‘rnatish, burish, yig‘ish va hokazolar) ko‘chishi ham kiradi.

Ushbu ishlarning barchasi, shuningdek, tayyor mahsulotning korxonasi tashqarisida muomala sohasiga ko‘chishi va uni iste‘mol sohasiga yetkazish logistik tizimlarda yagona transport-ko‘chish majmuini tashkil qiladi. Transport-ko‘chish ishlarni moddiy boshqaruv va moddiy taqsimlash sohasiga taqsimlash jinoiy xususiyatga egadir.

5. Agrosanoat majmuida logistik tizimi. Qishloq xo‘jaligida makrologistik va mikrologistik tizimlar

Agrosanoat majmuasi - bu qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi, qishloq xo‘jaligini ishlab chiqarish vositalari bilan ta‘minlovchi, qishloq xo‘jaligini rivojlantirish maqsadida ishlab chiqarishga xizmat qiluvchi va qishloq xo‘jalik mahsulotlarini saqlash, qayta ishlash, iste‘molchiga yetkazib berish bilan bog‘liq bo‘lgan iqtisodiyot tarmoqlari majmuasidir.

Agrosanoat majmuasining maqsadli faoliyati minimal xarajatlar hisobiga mamlakat aholisini oziq-ovqat mahsulotlari va sanoatni xom-ashyo bilan to‘laroq qondirishga qaratilgan.

Agrosanoat majmui logistikasi quyidagi asosiy vazifalarni o'z ichiga oladi: ASMning barcha sohalarini resurs ta'minotini ratsionalizatsiyalash; ASMning sohalarini optimallashtirish.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida agrosanoat majmuasining tarmoq va korxonalarini o'rtasidagi o'zaro aloqalar tovar ayriboshlash orqali amalga oshirilgan ekan, ASM tizimini hosil qiluvchi unsurlari bo'lib, tovar va ular bilan bog'liq moliyaviy va axborot oqimlari xizmat qiladi. ASM kuchli iqtisodiy va ishlab chiqarishning o'zaro aloqalariga ega, qishloq xo'jalik mahsulotini ishlab chiqarish, qayta ishlash va saqlashga asoslangan, qishloq xo'jaligini va qayta ishlash sanoatini ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi, majmua sifatida tavsiflanadi.

ASM uchta sohani o'z ichiga oladi. Birinchi soha ASM ni ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi tarmoqlardan iborat. Ikkinchi sohaga bevosita qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarish bilan shug'ullanuvchi xo'jaliklar kiradi.

ASMning uchinchi sohasiga qishloq xo'jalik mahsulotlarini tayyorlanishi, qayta ishlanishi va uni iste'molchilarga yetkazish bilan shug'ullanadigan tuzilmalar va korxonalar kiradi.

Hozirgi kunda O'zbekistonda mavjud sharoitlarda ASM sohalari orasida, tovar ayriboshlashni moddiy oqimlar bilan ta'riflash mumkin.

- birinchi sohadan ikkinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim: texnika, mashina, uskuna, yoqilg'i-moylash materiallari, mineral o'g'itlar va qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilarning boshqa moddiy-texnik resurslardagi (MTR) ehtiyojini qondirish uchun lozim bo'lgan yetkazishlarni o'z ichiga oladi. Qishloq xo'jalik moddiy-texnika ta'minotining (MTT) o'ziga xos xususiyatlariga ko'ra, ushbu moddiy oqim, odatda, tijorat vositachilari ishtirokida tashkil etiladi;

- ikkinchi sohadan birinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim, birinchi sohada ishlatiladigan birlamchi qishloq xo'jalik xom-ashyosi (birinchi soha korxonalar va tashkilotlarining umumiy ovqatlanish tizimiga), hamda barter almashuvi uchun qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazishni o'z ichiga oladi;

- ikkinchi sohadan uchinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqimlar, qayta ishlash sanoati korxonalariga oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa tovarlar ishlab chiqarish uchun qishloq xo'jalik xom ashyosini (qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilari mahsulotini) (QXM) yetkazib berishini o'z ichiga oladi;

- uchinchi sohadan birinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim, qishloq xo'jalik xom-ashyosini qayta ishlash natijasida olingan oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa tovarlarni yetkazib berishini o'z ichiga oladi. Bu moddiy oqim, birinchi sohada band ishchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun xizmat qiladi.

Moliyaviy resurslar va axborot oqimlari bilan kuzatiladigan, yuqorida aytib o'tilgan moddiy oqimlar ASMdagi logistika tizimlarini tashkil etadi.

Moddiy oqimlar logistik zanjirning quyidagi halqalarini o'z ichiga oladi:

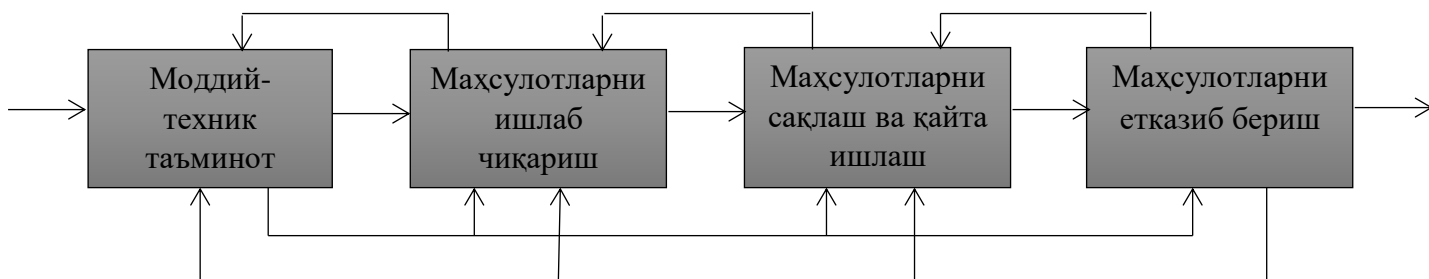
- qishloq xo'jaligining moddiy-texnika ta'minoti (QXMTT);

- qishloq xo'jalik tovar mahsulotlarini tayyorlashning, ularning asosiy qismi tayyorlov va davlat ehtiyojlari uchun xaridlar bo'yicha maxsus tashkilotlar tomonidan amalga oshirilishi;

- qishloq xo'jalik tovar mahsulotlarini saqlash va qayta ishlash, maxsus omborxonalar tarmog'i va birlamchi qayta ishlash bo'yicha maxsus korxonalar;

- ochiq bozorga va davlat ehtiyojlari uchun qishloq xo‘jalik tovar mahsulotlarini yetkazib berish xaridlar tizimini tashkil etish. Qishloq xo‘jalik xom-ashyosi va mahsulotini sotish bo‘yicha tashkiliy bozorlar tarmog‘ini yaratish ham shular jumlasidandir.

Ushbu halqalarning o‘zaro logistik bog‘lanishlari quyidagicha sxema tarzida ifodalash mumkin (4-rasm).



4-rasm. ASMDa moddiy oqimlarning modeli.

ASM sohasidagi moddiy va ular bilan bog‘liq bo‘lgan moliyaviy resurslar va axborot oqimlari iqtisodiy oqimlar yig‘indisini aks ettiradi. Ushbu tizim qanchalik optimal faoliyat yuritrsa, logistika ham ASM sohasida shunchalik keng va chuqur qo‘llaniladi, hamda qishloq xo‘jaligi samaradorligining rivojlanishi ham shunga muvofiq bo‘ladi.

ASM infratuzilmasi tizimining nisbatan past darajada rivojlanganligi qishloq xo‘jaligida katta yo‘qotishlarga olib keladi. Chunki infratuzilma majmuasiga kiruvchi korxonalar va tashkilotlar, qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilarining moddiy-texnika ta‘minoti va mahsulotlarni sotish jarayonlarida, tovar harakati logistik tizimlarining xalqalari (bo‘g‘inlari) vazifasini bajaradi.

ASM sohasidagi tovar harakati logistik zanjiri ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini bir-biriga to‘g‘ri kelmasligi oqibatida hamma zarar ko‘radi: qishloq xo‘jaligi uchun mahsulotlar ishlab chiqaruvchi va yetkazib beruvchi korxonalar ham (ish faolligini pasayishi), qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilari ham (to‘lov qobiliyatiga ega bo‘lgan talabning kamayishi), qayta ishlash sanoati korxonalari ham (xom-ashyo bazasining qisqarishi va ishlab chiqarish hajmlarining pasayishi), so‘nggi iste‘molchilar ham yetarli iste‘mol qilishmasligi yuz beradi.

2-jadval

ASMDa logistika turlarini turkumlanishi

Turkumlanishi	Logistika turlari
Funksional	Sotib olish
	Taqsimlash
Sohaviy	1-soha logistikasi
	2-soha logistikasi
	3-soha logistikasi
Ierarxik	Makrologistika
	Mezologistika
	Mikrologistika
Resurs bo‘yicha	Moliyaviy

	Axborot
	Logistik
Tarkibiy	Logistik operatsiya
	Logistik zanjir
	Logistik tizim
Taqror ishlab chiqarish	Tijorat
	Ishlab chiqarish
	Transport-ombor logistikasi

ASM resurs ta'minotining son va sifat ko'rsatkichlarini kamayishi butun agrota'minot va agroservis tizimining buzilishi bilan kuzatiladi. Olimlar tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlarning ko'rsatishicha ushbu tizimning barcha bo'limlari (agrota'minot va servis korxonalari tarmog'i, ularni ishlab chiqarish bazalari) faoliyati susayadi.

Ushbu korxonalarining tashkiliy-huquqiy mavqei xizmat ko'rsatayotgan xo'jaliklar manfaatlariga to'g'ri kelmaydi, resurslar yetkazishni tashkil etish va xizmatlarni ko'rsatish shakllari ham kamchiliklarga ega bo'ladi, iste'molchilarning yetkazib beruvchilar va agroservis korxonalari bilan bo'lgan iqtisodiy munosabatlar tizimi yaxshi ishlab chiqilmagan bo'ladi.

ASMDa logistika xususiyatlari, birinchi navbatda, iqtisodiy oqimlarni tashkil etish xususiyatlariga bog'liqdir. Ular esa qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilarining joylashuvi va ixtisoslashuvi bilan bog'liq quyidagi omillar ta'siri ostida bo'ladilar:

-qishloq xo'jalik korxonalarining joylashuvi qishloq xo'jalik mahsulotlarini sotish bozorlari, qayta ishlash quvvatlari, qishloq xo'jalik xom ashyosi va tovarmahsulotlarini saqlash idishlari, transport komunikatsiyalari va infratuzilma majmuasining boshqa tarkibiy qismlari mavjudligi bilan aniqlanadi. Bunda yirik aholi punktlarining mavjudligi qishloq xo'jalik korxonalari ixtisoslashuvini belgilaydi.

- qishloq xo'jaligida MTRlarning hajmi, tuzilmasi va yo'nalishi qishloq xo'jalik ekinlari maydoni, ularning tuzilmasi (aholi jon boshiga to'g'ri keladigan ekin maydoni o'lchami), qishloq xo'jalik tovar ishlab chiqaruvchilarining ixtisoslashuvi va boshqalar bilan aniqlanadi. Ularning to'lov qobiliyatiga ega bo'lgan talabi bundan mustasno;

- ASM uchun ichki va tashqi transaksiyalarning intensivligiga qishloq xo'jalik ishlab chiqarishi samaradorligi va natijaviyligi bevosita bog'liq. Bunda qishloq xo'jalik mahsuloti ishlab chiqarilishi va yer maydoni birligiga to'g'ri keladigan yalpi daromadni, moddiy va mehnat xarajatlari birligini, ishlab chiqarish daromadlilikini va boshqalarni hisobga olish lozim;

- qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazib berish bo'yicha mintaqalararo va xalqaro aloqalarning rivojlanishi. Bunda o'z qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilariga nisbatan bo'lgan proteksionizm va hududga olib kirilayotgan qishloq xo'jalik mahsulotlariga nisbatan bo'lgan diskriminatsiya hududlararo tovar ayriboshlashning to'xtab qolishiga va mamlakatdagi butun qishloq xo'jalik ishlab chiqarish samaradorligini pasayishiga olib kelishi mumkin;

-qishloq xo'jaligi uchun MTPlariga va aholi, hamda iqtisodiyotning qolgan tarmoqlari uchun qishloq xo'jalik mahsulotlariga bo'lgan narxlar mutonosibligini o'rnatish va saqlab turish. Narxlar nomutonosibligi qanchalik chuqur bo'lsa, qishloq xo'jaligiga MTRlarni yetkazish hajmi shunchalik past bo'ladi va demak, QXM ishlab chiqarish ham kamayadi;

- qishloq xo'jalik ishlab chiqarishini konsentratsiyalanish darajasi va qishloq xo'jalik tovar ishlab chiqaruvchilarining kooperatsiya darajasi.

Boshqa sharoitlar bir xil bo'lgan taqdirda, qishloq xo'jalik korxonasi qanchalik kichik bo'lsa, uning faoliyat natijaviyligi va samaradorligi shunchalik past bo'ladi. Bu qishloq xo'jalik ishlab chiqarish texnika va texnologiyasiga ham, qishloq xo'jaligiga MTRni yetkazish va mahsulotlarni sotish bo'yicha bozor tamoyillarini samaradorligini tashkil etishga ham bog'liq.

Bundan kelib chiqqan holda, ASMDa logistikani qo'llashning asosiy yo'nalishlari sifatida, majmua barcha ishtirokchilari va unsurlarining tizimli integratsiyasini va barcha logistik zanjir va tizimlarning tuzilmali optimallashtirishini tan olish lozim bo'ladi. ASMDa logistikani qo'llashning funksiyalaridan biri, bu ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda ishlab chiqarish omillarining o'zaro aloqalarini to'g'ri aniqlashdan iboratdir.

Har bir ishlab chiqarish, zamonaviy hamda, umumiy jihatlari bilan tavsiflanishi mumkin. U bir xil asosiy tarkibiy qismlarga ega bo'lib, insonning mehnat predmetlari va qurollariga, o'z ehtiyojini qondirish maqsadidagi ta'siri jarayonidir.

Ishlab chiqarish omillarini resurslar (tarkibiy, moddiy va mehnat) sifatida emas, balki ishlab chiqarishga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi parametrlar sifatida ko'rib chiqish taklif etiladi. Bunday yondoshuv ishlab chiqarish omillari ro'yxatiga, texnologiya, ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonini kiritib uni kengaytiradi.

Bu nuqtai-nazardan, ishlab chiqarish, shaxsiy yoki jamiyat ehtiyojlarini qondirish maqsadida yo'naltirilgan jarayon sifatida ko'rilishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda u ishlab chiqarish omillarini tayyor mahsulotga aylantiruvchi, ishlab chiqarish jarayoni sifatida qaralishi mumkin.

6. Makrologistika tushunchasi. Makrologistik tizim vazifalari

Logistika moddiy, axborot va boshqa oqimlarni boshqarish bo'yicha fan sifatida jamiyat iqtisodiy hayoti sohasining ma'lum bir qismini o'z manfaatlarini doirasiga oladi. Shu munosabat bilan ilmiy tadqiqotlar va amaliy ishlanmalarni rasmiylashtirish uchun u bir necha yo'nalishlarda rivojlanadi.

Logistika ishlab chiqilayotgan muammolar ko'lami bo'yicha quyidagilarga bo'linadi:

- mikrologistika;
- makrologistika;
- mezologistika.

Makrologistik tizim - bu hududiy yoki ma'muriy-hududiy darajada ijtimoiy-iqtisodiy, ekologik, harbiy va shu kabi vazifalarni hal etish uchun tuzilgan tizim bo'lib, uning maqsadi foyda olish hisoblanadi. Makrologistik tizimlar quyidagi belgilar bo'yicha tasniflanadi:

Mamlakatni ma'muriy-hududiy bo'lish belgisi bo'yicha logistika tizimi tumanlar, tumanlararo, shahar, viloyatlar, vohalar, hududiy, hududlararo, respublika va respublikalararo turlarga bo'linadi.

Ob'ktiv-funksional belgi bo'yicha makrologistik tizimlar bitta yoki bir nechta sohalar korxonalari, idoralar, sohalar, idoralararo (sohalararo), harbiy, institutsional va hokazo guruhlarga ajratiladi.

Umumiy holatda makrologistika quyidagi vazifalarni hal etishi kerak:

- yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bozorini tahlil qilish;
- iste'mol va taqsimlash kotsepsiyasini ishlab chiqish;
- omborlarga joylashtirish tuzilmasi va omborlarni joylashtirish o'rnini tanlash;
- transport turlarini tanlash;
- transport jarayonini tashkil etish;
- moddiy oqimlar harakatining oqilona yo'nalishlarini aniqlash;
- xomashyo, materiallar, yarim fabrikatlar va butlovchi qismlarni yetkazib berish punktini tanlash;
- tayyor mahsulotni yetkazib berish va taqsimlash chizmasini tanlash;
- umumiy axborot tizimini, axborotni taqdim etish va kodlashning yagona shaklini, uni shakllantirish, saqlash, qayta ishlash va foydalanish uslubini yaratish.

Makrologistik tizimlarni yaratish maqsadi mikrologistik tizimlarni tuzish maqsadlari va mezonlaridan ancha farq qilish mumkin. Firma uchun uning bozor muhitida biznes faoliyatini optimallashtirish mezonlari va tegishli ravishda logistik tashkilotni shakllantirish hamda boshqarish sifatida umumiy logistik harajatlar minimumi, tayyor mahsulotni sotishning (yoki foydaning) maksimum hajmi, bozorning eng ko'p ulushiga erishish, bozorda sotish o'rnini saqlab qolish, aksiyalarning kurs qiymatining maksimal hajmi kabi va boshqa mezonlari qo'llanilishi mumkin. Bunda iste'molchilar ehtiyojini mahsulot sifatiga, buyurtmalarni o'z vaqtida bajarish, logistik xizmat ko'rsatish darajasiga qarab to'liq qondirish majburiy shart hisoblanadi.

Odatda makrologistik tizimlarni shakllantirish mezonlari ekologik, ijtimoiy, siyosiy va boshqa maqsadlar bilan aniqlanadi. Masalan, mintaqada ekologik vaziyatni yaxshilash uchun hududiy transport (yuklar) oqimlarini optimallashtirishning makrologistik tizimi yaratishligi mumkin. Yo'nalishlarni qulaylashtirish, transport oqimlarini taqsimlash, tashishlarni transportning bir turidan ikkinchi turiga o'tkazish va hokazolar mazkur tizimning asosiy vazifasi hisoblanadi. Makrologistik tizimlarda sohalararo moddiy balanslarni shakllantirish, mahsulot ta'minoti va uni sotish turlari hamda shakllarini tanlash, belgilangan hududda ombor, yuk terminallari, dispetcherlik (logistik) markazlarni joylashtirish, ko'plab moddiy oqimlar turlari uchun ma'muriy-hududiy taqsimlashni optimallashtirish kabi vazifalar hal etilishi mumkin.

Muhokama uchun savollar

1. Logistika predmeti va ob'ekti nima ?
2. Logistikaning maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?

3. Logistika mezonlari.
4. Qanday oqimlar moddiy va servis oqimlariga yondosh oqimlar hisoblanadi?
5. Logistika tizimi deganda nima tushuniladi?
6. Logistik tizim bo'g'ini deganda nima tushuniladi?
7. Logistik tizimlar qanday turlarga bo'linadi?
8. Logistik operatsiyalar haqida gapiring, ularga misollar keltiring.
9. Logistik funksiya deganda nima tushuniladi?
10. Asosiy logistik funksiyalarni sanab bering.
11. Logistik zanjir deganda nima tushuniladi?
12. Logistikaning turli funksional sohasidagi logistik zanjirlarga misollar keltiring.
13. Logistik kanal deganda nima tushuniladi?
14. Logistikaning qoidalarini aytib bering.
15. Makrologistika tushunchasiga ta'rif bering.
16. Makrologistik tizim vazifalari nimalardan iborat.
17. Mikrologistika tushunchasiga ta'rif bering.
18. Mikrologistik tizim vazifalari nimalardan iborat.
19. Makrologistik tizimda transport xarakati yo'nalishi nimalardan iborat
20. Makro va mikrologistikada umumiy axborot tizimi nimalardan iborat.

2-mavzu. ISHLAB CHIQRISH LOGISTIKASI. QISHLOQ XO'JALIGIDA LOGISTIK-SERVIS XIZMATI KO'RSATISHNI TASHKIL ETISH.

Reja:

- 1. Ishlab chiqarish logistikasi tushunchasi.**
- 2. Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarishni tashkil etishning an'anaviy va logistik konsepsiyalari.**
- 3. Ishlab chiqarish tizimlarining sifat va miqdor egiluvchanligi. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi logistikasida moddiy oqimlarni boshqarishning rag'batlantiruvchi tizimlari.**
- 4. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi logistikasida moddiy oqimlar boshqaruvining yetaklovchi tizimlari.**
- 5. Qishloq xo'jaligida logistik-servis xizmati ko'rsatishni tashkil etish.**

1. Ishlab chiqarish logistikasi tushunchasi.

Moddiy oqim, xom-ashyoning birinchi manbasidan oxirgi iste'molchigacha bo'lgan yo'lida qator ishlab chiqarish bo'g'inlaridan o'tadi. Bu bosqichda moddiy oqimlarni boshqarish, o'ziga xos xususiyatlariga ega, va ishlab chiqarish logistikasi deb ataladi.

«Ishlab chiqarish» atamasining ma'nosini eslatib o'tamiz. Ma'lumki jamiyat ishlab chiqarishi moddiy va nomoddiy qismlarga bo'linadi. Ishlab chiqarish logistikasi, moddiy ishlab chiqarish sohasida yuz beradigan jarayonlarni ko'rib chiqadi.

Ishlab chiqarish logistikasining maqsadi bu moddiy boyliklar yaratuvchi yoki saqlash, qadoqlash, joylash kabi moddiy xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar ichidagi moddiy oqimlarni optimizatsiyalashtirishdir. Ishlab chiqarish logistikasida o'rganiladigan ob'ektlarning tavsifiy belgisi – bu ularning hududiy ixcham joylashishidir. Adabiyotlarda ularni «logistikaning orol ob'ektlari» deb ham atashadi.

Ishlab chiqarish logistikasi doirasidagi logistik jarayon ishtirokchilarini ichki ishlab chiqarish munosabatlari bog'lab turadi (tovar-pul munosabatlari bilan bog'langan makrodarajadagi logistik jarayon ishtirokchilaridan farqli ravishda).

Ishlab chiqarish logistikasida ko'riladigan logistik tizimlar, ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari nomi bilan yuritiladi. Ularga: sanoat korxonalarini, ombor inshootlariga ega ulgurji savdo korxonalarini, xo'jalik hamda fermer xo'jaliklarini va boshqalarni kiritish mumkin.

Ichki ishlab chiqarish logistik tizimlarini mikro va makro darajalarda ko'rib chiqish mumkin.

Makrodarajada ishlab chiqarish logistik tizimlari makrologistik tizimlarning unsurlari sifatida namoyon bo'ladilar. Ular moddiy oqimlar manbalari bo'lib, ushbu tizimlar ishining bir tekis borishini ta'minlaydilar. Makrologistik tizimlarni tashqi muhit o'zgarishlariga moslashuvi, ularning ichidagi ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari ishlab chiqaradigan mahsulotning assortimenti va miqdorini tez o'zgartira olish qobiliyatiga bog'liq.

Mikrodarajadagi ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari, bir-biri bilan o'zaro munosabatda va aloqalarda bo'lib, ma'lum birlikni, butunlikni vujudga keltirgan tizimchalar qatoridir. Bu tizimchalar: xaridlar, omborlar, zaxiralar, ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish, transport, axborot, sotish va kadrlardir. Ular moddiy oqimni tizimga kirishi, undan o'tishi va chiqib ketishini ta'minlaydilar. Logistika konsepsiyasiga muvofiq ichki ishlab chiqarish logistik tizimlarining yaratilishi, korxonada ichidagi ta'minot, ishlab chiqarish va sotish bo'g'inlarining rejaları va ishlarini doimiy ravishda o'zaro kelishilishi va to'g'rilanib borishi imkoniyatini ta'minlashi lozim.

Ishlab chiqarishni tashkil etishning logistik konsepsiyasi quyidagi asosiy holatlarni o'z ichiga oladi:

- ortiqcha zaxiralardan voz kechish;
- asosiy va transport-ombor operatsiyalarini bajarish uchun
- ortiqcha vaqtdan voz kechish;
- iste'molchi buyurtmasi bo'lmagan mahsulotlarni ishlab
- chiqarishdan voz kechish;
- uskunalar to'xtab turishini yo'q qilish;
- sifatsiz mahsulotlarni yo'q qilish;
- xo'jalik ichidagi noratsional tashishlarni yo'q qilish;
- yetkazib beruvchilarni hamkorlarga aylantirish.

Logistikadan farqli o'laroq ishlab chiqarishni tashkil etishning an'anaviy konsepsiyasi quyidagilardan iborat:

- mahsulotni iloji boricha yirik partiyalarda ishlab chiqarish;
- «har extimolga qarshi» moddiy resurslarning maksimal katta zaxirasiga ega

bo'lish.

Konseptual hollarning mazmuni shundan dalolat beradiki, ishlab chiqarishni tashkil etishning an'anaviy konsepsiyasi «sotuvchi bozori» sharoitlari uchun eng qulay bo'lsa, logistik konsepsiya «xaridor bozori» sharoitlari uchun eng qulaydir.

Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish logistikasida moddiy oqimlarni boshqarishning rag'batlantiruvchi tizimlari

Ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari doirasidagi moddiy oqimlarning boshqaruvi har xil usullar bilan amalga oshirilishi mumkin. Ushbu usullardan, bir-biridan prinsipial farq qiluvchi, ikkita asosiysini alohida ko'rib chiqish lozim, bular itaruvchi va yetaklovchi boshqaruv usullaridir.

Birinchi variant «rag'batlantiruvchi tizim» deb nom olgan, va uning ishlab chiqarishni tashkil etish tizimi 8-rasmda ko'rsatilgan. Moddiy oqim, ishlab chiqarishni boshqarishning markaziy tizimidan kelgan buyruqqa binoan oldingi bo'g'indan iste'molchi tomon «itarib chiqariladi».



1. Rasm. Ishni ishlab chiqarish logistik tizimi doirasidagi moddiy oqim boshqaruvini rag'batlantiruvchi tizimining prinsipial sxemasi.

Amaliyotda, rag'batlantiruvchi tizimlarning turli xil variantlari mavjuddir. Ularning yaratilish imkoniyati hisoblash texnikasini ommaviy qo'llanilishiga bog'liqdir. Itaruvchi tizimlari boshqaruv avtomatizatsiyasining yuqori darajasi bilan tavsiflanadi, va bu avtomatizatsiya quyidagi asosiy funksiyalarni amalga oshirish imkonini beradi:

- ishlab chiqarish zaxiralarining joriy boshqaruvi va nazoratini ta'minlash;
- korxonaning ta'minot, ishlab chiqarish, sotish xizmatlari rejalari va harakatlarini, real vaqt miqyosida, kelishilishi va operativ to'g'irlanishi.

Rag'batlantiruvchi tizimlarining zamonaviy, rivojlangan variantlarida bashorat qilishning ham turli xil masalalari yechiladi.

Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish logistikasida moddiy oqimlar boshqaruvining yetaklovchi tizimlari

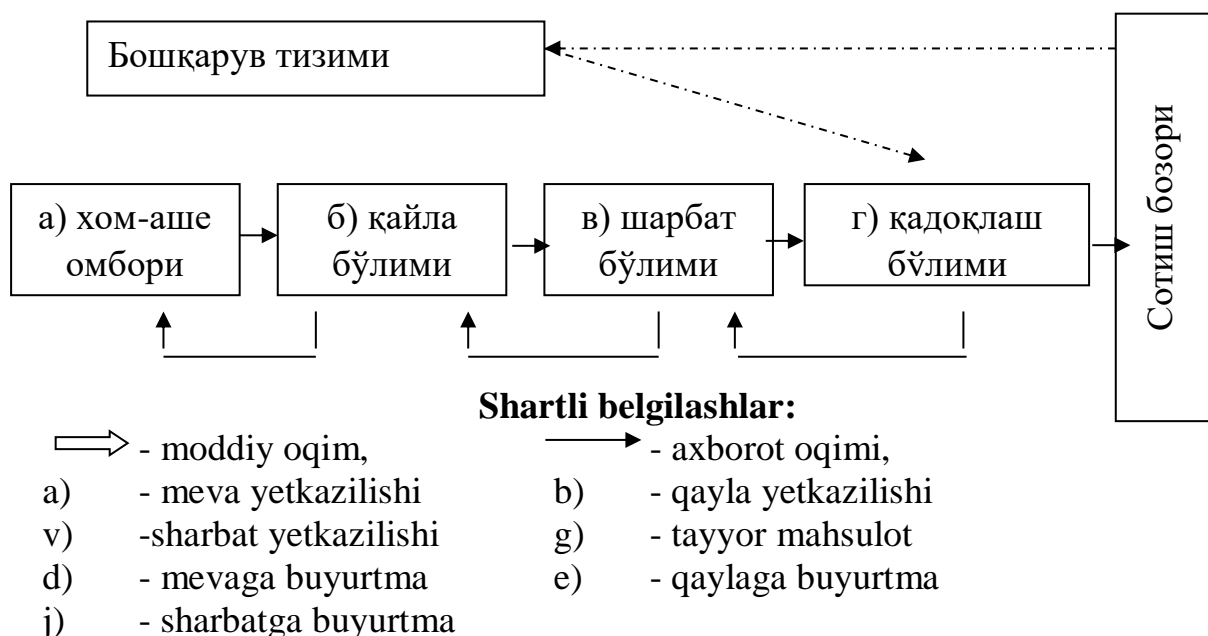
Ishlab chiqarishdagi logistik jarayonlarni tashkil etishning ikkinchi varianti, moddiy oqimlarni boshqarishning prinsipial boshqacha usuliga asoslangan. U «yetaklovchi tizim» deb nomlanadi. Bu ishlab chiqarishni tashkil etishning shunday tizimiki, unda zarur mahsulotlar keyingi bo'g'indan oldingisiga lozim bo'lgan taqdirdagina yetkaziladi.

Bu yerda markaziy boshqaruv tizimi korxonaning har xil bo'limlari orasidagi moddiy oqimlar almashinuviga aralashmaydi, va ular uchun joriy ishlab chiqarish vazifalarini belgilamaydi. Ayrim texnologik bo'g'in ishlab chiqarish texnologik zanjirining oxirgi bo'g'ini oldida vazifa qo'yadi.

Yetaklovchi tizimning amal qilish mexanizmini tushunish uchun, 9-rasmdagi misolni ko‘rib chiqamiz.

Faraz qilaylik meva qayta ishlash korxonasi 1500 birlik mahsulot (meva sharbati) ishlab chiqarishga buyurtma qabul qildi. Bu buyurtmani boshqaruv tizimi qadoqlash (tayyor mahsulot) bo‘limiga jo‘natadi. Qadoqlash bo‘limi buyurtmani bajarish uchun sharbat bo‘limidan 1500ta qadoq mahsulotga ketadigan sharbat so‘raydi. Sharbat bo‘limi o‘z zaxirasidan so‘ralgan mahsulotni yetkazadi va uni o‘rnini to‘ldirish uchun qayla bo‘limidan 1500ta qadoq sharbat ishlab chiqarish uchun qayla so‘raydi. Qayla bo‘limi o‘z zaxiralaridan so‘ralgan mahsulotni yetkazadi va uni o‘rnini to‘ldirish uchun ombordan meva so‘raydi. Shunday qilib moddiy oqim har bir oldingi bo‘g‘in tomonidan «tortib olinadi».

Bunda ayrim bo‘lim xodimlari, markaziy boshqaruv tizimiga nisbatan, optimal buyurtma o‘lchamini aniqlovchi, ko‘proq o‘ziga xos omillarni hisobga olish imkoniyatiga ega.



2. Rasm. Ishlab chiqarish logistik tizimi doirasidagi moddiy oqim boshqaruvini yetaklovchi tizimining prinsipial sxemasi

Korxonada moddiy oqimlarni boshqarishga logistik yondashuvni qo‘llashdan vujudga keladigan umumiy samaraning tarkibiy qismlari quyidagilar:

1. Ishlab chiqarish bozorga mo‘ljallangan. Kam hajmdagi va individual ishlab chiqarishga samarali o‘tish mumkin bo‘ladi.
2. Yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik munosabatlari o‘rnatiladi.
3. Uskunalar to‘xtab turishi qisqaradi. Bu, ish joylarida kerakli materiallar doimo mavjud bo‘lishi bilan, ta‘minlanadi.
4. Ishlab chiqarayotgan mahsulot sifati oshadi.
5. Ishlab chiqarish sikli kamayadi va xarajatlar minimallashtiriladi.

Ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq xarajatlarni kamaytirish imkonini beradigan sabablarga to‘laroq to‘xtalib o‘tamiz.

❖ Zaxiralar optimizatsiyasi – logistikaning markaziy muammolaridan biri. Zaxiralarni saqlash, moliyaviy mablag‘lar ajratilishini, moddiy texnika baza va mehnat resurslarining katta qismining ishlatilishini talab qiladi. Ishlab chiqarishni tashkil etishning zamonaviy logistik uslublarini qo‘llayotgan qator /arbiy Yevropa firmalari tajribalarining tahlili shuni ko‘rsatadiki, logistikani qo‘llanilishi ishlab chiqarish zaxiralarini 50% ga kamaytirish imkonini beradi.

❖ Yordamchi ishchilar sonini kamayishi. Tizimlilik (ishni tizimli amalga oshishi) darajasi qancha past bo‘lsa, mehnat jarayoni shunchalik aniqlanmagan bo‘ladi, bu esa ishning katta hajmlarini bajarishda yordamchi ishchilarga bo‘lgan ehtiyoj shunchalik ortishiga olib keladi.

❖ Materiallar yo‘qotilishini kamayishi. Istalgan logistik operatsiya – bu potensial yo‘qotishlar. Logistik operatsiyalar optimizatsiyasi – bu yo‘qotishlarnig kamayishidir.

❖ Ishlab chiqarish va ombor maydonlari ishlatilishini yaxlitlash. Oqim jarayonlarining noaniqligi ko‘proq qo‘shimcha maydonlarni oldindan egallab qo‘yishga undaydi. Masalan, ulgurji savdo bazalari loyihasida, oqim jarayonlarining noaniqligi ombor maydonlarini 30%ga oshirilishiga majbur qilgan.

❖ Jarohatlarning kamayishi. Logistik yondashuv o‘z ichiga mehnat xavfsizligi tizimini ham kiritadi.

Qishloq xo‘jaligida logistik –servis xizmati ko‘rsatish

Logistik xizmatlar raqobatdoshlikka o‘z ta’sirini o‘tkazar ekan, har bir xo‘jalik, firma yoki korxonalar iste’molchilarga logistik xizmat ko‘rsatish sohasida aniq belgilangan strategiyaga ega bo‘lishi zarur.

Iste’molchi bozorining segmentatsiyasi, jo‘g‘rofik omil bo‘yicha, servis jihatlari bo‘yicha yoki boshqa bir omil bo‘yicha amalga oshirilishi mumkin. Xaridorlar uchun ahamiyatli xizmatlarni tanlashni, ularning turkumlanishini, xizmatlar standartini aniqlashni, turli xil so‘rovlarni o‘tkazish yo‘li bilan amalga oshirish mumkin. Ko‘rsatiladigan xizmatlarni baholash turli xil usullar bilan amalga oshiriladi. Masalan, yetkazishning ishonchlilik darajasini o‘z vaqtida yetkazilgan partiyalar ulushi bilan o‘lchash mumkin.

Kompaniya resurslari esa xaridor uchun eng ahamiyatli bo‘lgan xizmatlarni ko‘rsatishga yo‘naltiriladi.

Logistik servis sifatini baholash uchun quyidagi mezonlar qo‘llaniladi¹:

- yetkazish ishonchliligi;
- buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo‘lgan to‘liq vaqt;
- yetkazish egiluvchanligi;
- yetkazib beruvchi omborida zaxiralar mavjudligi;
- kredit olish imkoniyati, va qator boshqa mezonlar.

Bulardan birinchi uchtasini tavsiflab o‘tamiz.

Yetkazish ishonchliligi. Umumiy holda, ishonchlilik deganda, belgilangan cheklanishlarda o‘z tavsiflarini saqlagan holda berilgan funksiyalarni bajarish qobiliyatini o‘z ichiga olgan, tizimning majmuaviy xususiyati tushuniladi.

¹ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

Yetkazish ishonchliligi – bu yetkazib beruvchining belgilangan chegaralarda, shartnomada kelishilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish qobiliyatidir. yetkazish ishonchliligi, yetkazish jarayoni tarkibiga kiruvchi ayrim turdagi ishlarni bajarish muddatlariga rioya qilishning ishonchliligi bilan aniqlanadi.

Yetkazish ishonchliligiga ta'sir etuvchi asosiy omillardan bo'lib, shartnomada ko'zda tutilgan majburiyatlar (kafolatlar) mavjudligi xizmat qiladi, yetkazish muddatlarini buzganlik uchun javobgarlik aynan shu majburiyatlarda belgilanadi.

Buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan to'liq vaqt, u o'z ichiga quyidagilarni oladi:

-buyurtmani rasmiylashtirish vaqti;

-ishlab chiqarish vaqti (agarda buyurilgan tovarlarni ishlab chiqarish lozim bo'lsa, bu vaqt yetkazish muddatiga qo'shiladi)

-qadoqlash vaqti;

-yuklash vaqti;

-yetkazish vaqti;

Shartnomada ko'rsatilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish, yuqorida sanab o'tilgan ushbu muddatning tarkibiy qismlariga qanday rioya qilinishiga bog'liq. Masalan, tovarni ishlab chiqarishga rejalashtirilgan muddatlarga yoki ekspeditor ta'kidlagan yetkazish muddatlariga rioya qilinmasligi mumkin.

Yetkazish egiluvchanligi – etkazuvchi tizimni mijozning alohida istaklarini (qoidalarini) e'tiborga olishi qobiliyatini bildiradi. Bunga quyidagilarni kiritadilar:

-buyurtma shaklini o'zgartirish imkoniyati;

-buyurtmani yetkazib berish turini o'zgartirish imkoniyati;

-qadoq turini o'zgartirish imkoniyati;

-yetkazib berishga bo'lgan talabnomani qaytarib olish imkoniyati;

-mijozni uning buyurtmasi holati to'g'risida axborot olishi imkoniyati;

-butlanmagan yetkazishlarda bo'lgan e'tirozlarga munosabat.

Agrosanoat majmuida logistik tizimi. Qishloq xo'jalik korxonasi logistik tizimini shakllantirish asoslari.

Agrosanoat majmuasi - bu qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi, qishloq xo'jaligini ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi, qishloq xo'jaligini rivojlantirish maqsadida ishlab chiqarishga xizmat qiluvchi va qishloq xo'jalik mahsulotlarini saqlash, qayta ishlash, iste'molchiga yetkazib berish bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiyot tarmoqlari majmuasidir.

Agrosanoat majmuasining maqsadli faoliyati minimal xarajatlar hisobiga mamlakat aholisini oziq-ovqat mahsulotlari va sanoatni xom-ashyo bilan to'laroq qondirishga qaratilgan.

Agrosanoat majmui logistikasi quyidagi asosiy vazifalarni o'z ichiga oladi: ASMning barcha sohalarini resurs ta'minotini ratsionalizatsiyalash; ASMning sohalarini optimallashtirish.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida agrosanoat majmuasining tarmoq va korxonalari o'rtasidagi o'zaro aloqalar tovar ayriboshlash orqali amalga oshirilgan ekan, ASM tizimini hosil qiluvchi unsurlari bo'lib, tovar va ular bilan bog'liq moliyaviy va axborot oqimlari xizmat qiladi. ASM kuchli iqtisodiy va ishlab chiqarishning o'zaro

aloqalariga ega, qishloq xo'jalik mahsulotini ishlab chiqarish, qayta ishlash va saqlashga asoslangan, qishloq xo'jaligini va qayta ishlash sanoatini ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi, majmua sifatida tavsiflanadi.

ASM uchta sohani o'z ichiga oladi. Birinchi soha ASM ni ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi tarmoqlardan iborat. Ikkinchi sohaga bevosita qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarish bilan shug'ullanuvchi xo'jaliklar kiradi.

ASMning uchinchi sohasiga qishloq xo'jalik mahsulotlarini tayyorlanishi, qayta ishlanishi va uni iste'molchilarga yetkazish bilan shug'ullanadigan tuzilmalar va korxonalar kiradi.

Hozirgi kunda O'zbekistonda mavjud sharoitlarda ASM sohalari orasida, tovar ayirboshlashni moddiy oqimlar bilan ta'riflash mumkin.

- birinchi sohadan ikkinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim: texnika, mashina, uskuna, yoqilg'i-moylash materiallari, mineral o'g'itlar va qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilarning boshqa moddiy-texnik resurslardagi (MTR) ehtiyojini qondirish uchun lozim bo'lgan yetkazishlarni o'z ichiga oladi. Qishloq xo'jalik moddiy-texnika ta'minotining (MTT) o'ziga xos xususiyatlariga ko'ra, ushbu moddiy oqim, odatda, tijorat vositachilari ishtirokida tashkil etiladi;

- ikkinchi sohadan birinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim, birinchi sohada ishlatiladigan birlamchi qishloq xo'jalik xom-ashyosi (birinchi soha korxonalar va tashkilotlarining umumiy ovqatlanish tizimiga), hamda barter almashuvi uchun qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazishni o'z ichiga oladi;

- ikkinchi sohadan uchinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqimlar, qayta ishlash sanoati korxonalariga oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa tovarlar ishlab chiqarish uchun qishloq xo'jalik xom ashyosini (qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilari mahsulotini) (QXM) yetkazib berishini o'z ichiga oladi:

- uchinchi sohadan birinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim, qishloq xo'jalik xom-ashyosini qayta ishlash natijasida olingan oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa tovarlarni yetkazib berishini o'z ichiga oladi. Bu moddiy oqim, birinchi sohada band ishchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun xizmat qiladi.

Moliyaviy resurslar va axborot oqimlari bilan kuzatiladigan, yuqorida aytib o'tilgan moddiy oqimlar ASMdagi logistika tizimlarini tashkil etadi.

Moddiy oqimlar logistik zanjirning quyidagi halqalarini o'z ichiga oladi:

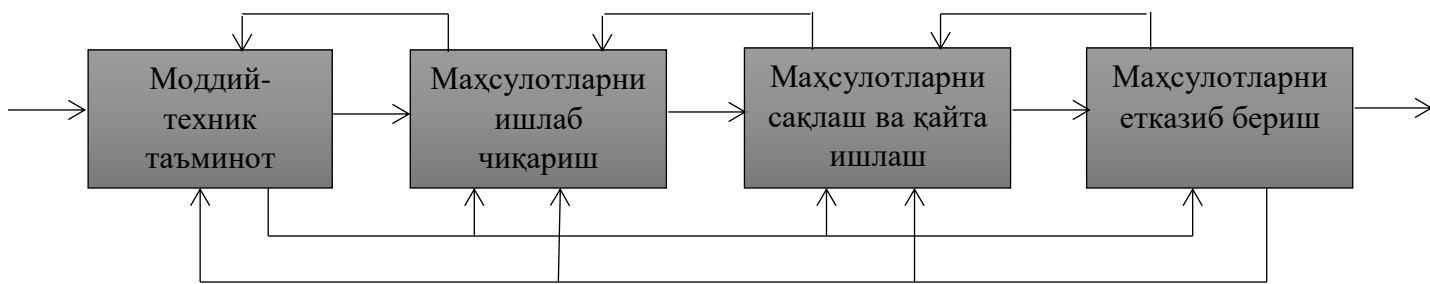
-qishloq xo'jaligining moddiy-texnika ta'minoti (QXMTT);

- qishloq xo'jalik tovar mahsulotlarini tayyorlashning, ularning asosiy qismi tayyorlov va davlat ehtiyojlari uchun xaridlar bo'yicha maxsus tashkilotlar tomonidan amalga oshirilishi;

- qishloq xo'jalik tovar mahsulotlarini saqlash va qayta ishlash, maxsus omborxonalar tarmog'i va birlamchi qayta ishlash bo'yicha maxsus korxonalar;

- ochiq bozorga va davlat ehtiyojlari uchun qishloq xo'jalik tovar mahsulotlarini yetkazib berish xaridlar tizimini tashkil etish. Qishloq xo'jalik xom-ashyosi va mahsulotini sotish bo'yicha tashkiliy bozorlar tarmog'ini yaratish ham shular jumlasidandir.

Ushbu halqalarning o'zaro logistik bog'lanishlari quyidagicha sxema tarzida ifodalash mumkin (4-rasm).



4-rasm. ASMDa moddiy oqimlarning modeli.

ASM sohasidagi moddiy va ular bilan bog‘liq bo‘lgan moliyaviy resurslar va axborot oqimlari iqtisodiy oqimlar yig‘indisini aks ettiradi. Ushbu tizim qanchalik optimal faoliyat yuritrsa, logistika ham ASM sohasida shunchalik keng va chuqur qo‘llaniladi, hamda qishloq xo‘jaligi samaradorligining rivojlanishi ham shunga muvofiq bo‘ladi.

ASM infratuzilmasi tizimining nisbatan past darajada rivojlanganligi qishloq xo‘jaligida katta yo‘qotishlarga olib keladi. Chunki infratuzilma majmuasiga kiruvchi korxonalar va tashkilotlar, qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilarining moddiy-texnika ta‘minoti va mahsulotlarni sotish jarayonlarida, tovar harakati logistik tizimlarining xalqalari (bo‘g‘inlari) vazifasini bajaradi.

ASM sohasidagi tovar harakati logistik zanjiri ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini bir-biriga to‘g‘ri kelmasligi oqibatida hamma zarar ko‘radi: qishloq xo‘jaligi uchun mahsulotlar ishlab chiqaruvchi va yetkazib beruvchi korxonalar ham (ish faolligini pasayishi), qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilari ham (to‘lov qobilyatiga ega bo‘lgan talabning kamayishi), qayta ishlash sanoati korxonalari ham (xom-ashyo bazasining qisqarishi va ishlab chiqarish hajmlarining pasayishi), so‘nggi iste‘molchilar ham yetarli iste‘mol qilishmasligi yuz beradi.

Jadval

ASMDa logistika turlarini turkumlanishi

Turkumlanishi	Logistika turlari
Funksional	Sotib olish
	Taqsimlash
Sohaviy	1-soha logistikasi
	2-soha logistikasi
	3-soha logistikasi
Ierarxik	Makrologistika
	Mezologistika
	Mikrologistika
Resurs bo‘yicha	Moliyaviy
	Axborot
	Logistik
Tarkibiy	Logistik operatsiya
	Logistik zanjir
	Logistik tizim
Taqrir ishlab chiqarish	Tijorat
	Ishlab chiqarish

ASM resurs ta'minotining son va sifat ko'rsatkichlarini kamayishi butun agrota'minot va agroservis tizimining buzilishi bilan kuzatiladi. Olimlar tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlarning ko'rsatishicha ushbu tizimning barcha bo'limlari (agrota'minot va servis korxonalari tarmog'i, ularni ishlab chiqarish bazalari) faoliyati susayadi.

Ushbu korxonalarining tashkiliy-huquqiy mavqei xizmat ko'rsatayotgan xo'jaliklar manfaatlariga to'g'ri kelmaydi, resurslar yetkazishni tashkil etish va xizmatlarni ko'rsatish shakllari ham kamchiliklarga ega bo'ladi, iste'molchilarning yetkazib beruvchilar va agroservis korxonalari bilan bo'lgan iqtisodiy munosabatlar tizimi yaxshi ishlab chiqilmagan bo'ladi.

ASMDa logistika xususiyatlari, birinchi navbatda, iqtisodiy oqimlarni tashkil etish xususiyatlariga bog'liqdir. Ular esa qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilarining joylashuvi va ixtisoslashuvi bilan bog'liq quyidagi omillar ta'siri ostida bo'ladi:

-qishloq xo'jalik korxonalarining joylashuvi qishloq xo'jalik mahsulotlarini sotish bozorlari, qayta ishlash quvvatlari, qishloq xo'jalik xom ashyosi va tovarmahsulotlarini saqlash idishlari, transport komunikatsiyalari va infratuzilma majmuasining boshqa tarkibiy qismlari mavjudligi bilan aniqlanadi. Bunda yirik aholi punktlarining mavjudligi qishloq xo'jalik korxonalari ixtisoslashuvini belgilaydi.

-qishloq xo'jaligida MTRlarning hajmi, tuzilmasi va yo'nalishi qishloq xo'jalik ekinlari maydoni, ularning tuzilmasi (aholi jon boshiga to'g'ri keladigan ekin maydoni o'lchami), qishloq xo'jalik tovar ishlab chiqaruvchilarining ixtisoslashuvi va boshqalar bilan aniqlanadi. Ularning to'lov qobiliyatiga ega bo'lgan talabi bundan mustasno;

-ASM uchun ichki va tashqi transaksiyalarning intensivligiga qishloq xo'jalik ishlab chiqarishi samaradorligi va natijaviyligi bevosita bog'liq. Bunda qishloq xo'jalik mahsuloti ishlab chiqarilishi va yer maydoni birligiga to'g'ri keladigan yalpi daromadni, moddiy va mehnat xarajatlari birligini, ishlab chiqarish daromadliligini va boshqalarni hisobga olish lozim;

-qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazib berish bo'yicha mintaqalararo va xalqaro aloqalarning rivojlanishi. Bunda o'z qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilariga nisbatan bo'lgan proteksionizm va hududga olib kirilayotgan qishloq xo'jalik mahsulotlariga nisbatan bo'lgan diskriminatsiya hududlararo tovar ayriboshlashning to'xtab qolishiga va mamlakatdagi butun qishloq xo'jalik ishlab chiqarish samaradorligini pasayishiga olib kelishi mumkin;

-qishloq xo'jaligi uchun MTPlariga va aholi, hamda iqtisodiyotning qolgan tarmoqlari uchun qishloq xo'jalik mahsulotlariga bo'lgan narxlar mutonosibligini o'rnatish va saqlab turish. Narxlar nomutonosibligi qanchalik chuqur bo'lsa, qishloq xo'jaligiga MTRlarni yetkazish hajmi shunchalik past bo'ladi va demak, QXM ishlab chiqarish ham kamayadi;

-qishloq xo'jalik ishlab chiqarishini konsentratsiyalanish darajasi va qishloq xo'jalik tovar ishlab chiqaruvchilarining kooperatsiya darajasi.

Boshqa sharoitlar bir xil bo'lgan taqdirda, qishloq xo'jalik korxonasi qanchalik kichik bo'lsa, uning faoliyat natijaviyligi va samaradorligi shunchalik past bo'ladi. Bu qishloq xo'jalik ishlab chiqarish texnika va texnologiyasiga ham, qishloq xo'jaligiga MTRni yetkazish va mahsulotlarni sotish bo'yicha bozor tamoyillarini samaradorligini tashkil etishga ham bog'liq.

Bundan kelib chiqqan holda, ASMda logistikani qo'llashning asosiy yo'nalishlari sifatida, majmua barcha ishtirokchilari va unsurlarining tizimli integratsiyasini va barcha logistik zanjir va tizimlarning tuzilmali optimallashtirishini tan olish lozim bo'ladi. ASMda logistikani qo'llashning funksiyalaridan biri, bu ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda ishlab chiqarish omillarining o'zaro aloqalarini to'g'ri aniqlashdan iboratdir.

Har bir ishlab chiqarish, zamonaviy hamda, umumiy jihatlari bilan tavsiflanishi mumkin. U bir xil asosiy tarkibiy qismlarga ega bo'lib, insonning mehnat predmetlari va qurollariga, o'z ehtiyojini qondirish maqsadidagi ta'siri jarayonidir.

Ishlab chiqarish omillarini resurslar (tarkibiy, moddiy va mehnat) sifatida emas, balki ishlab chiqarishga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi parametrlar sifatida ko'rib chiqish taklif etiladi. Bunday yondoshuv ishlab chiqarish omillari ro'yxatiga, texnologiya, ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonini kiritib uni kengaytiradi.

Bu nuqtai-nazardan, ishlab chiqarish, shaxsiy yoki jamiyat ehtiyojlarini qondirish maqsadida yo'naltirilgan jarayon sifatida ko'rilishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda u ishlab chiqarish omillarini tayyor mahsulotga aylantiruvchi, ishlab chiqarish jarayoni sifatida qaralishi mumkin.

Nazorat savollari

1. Ishlab chiqarish logistikasini ta'riflang.
2. Ishlab chiqarish logistikasi tushunchasi, maqsadi va vazifalarini ochib bering.
3. Ishlab chiqarish davrining mohiyati va tuzilmasi.
4. Ishlab chiqarishni boshqarishning an'anaviy va logistik tartiblarini taqqsolang.
5. Ishlab chiqarish tizimlarining sifat va miqdor egiluvchanligi
6. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi logistikasida moddiy oqimlarni boshqarishning rag'batlantiruvchi tizimlari
7. Logistikasida moddiy oqimlar boshqaruvining yetaklovchi tizimlari
8. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida moddiy oqimlarni boshqarish jarayonida logistik yondashuvni qo'llashning samaradorligi

3-mavzu. XARID LOGISTIKASI, TAQSIMOT LOGISTIKASI, QISHLOQ XO‘JALIGI LOGISTIKASIDA ZAHIRALAR. QISHLOQ XO‘JALIGI LOGISTIKASIDA OMBOR XO‘JALIGI

- 1. Xarid logistikasi.**
- 2. Taqsimot logistikasi.**
- 3. Qishloq xo‘jaligi logistikasida zahiralar.**
- 4. Qishloq xo‘jaligi logistikasida ombor xo‘jaligi**

XARID LOGISTIKASI

Reja:

- 1. Xarid logistikasining mohiyati va vazifalari.**
- 2. Qishloq xo‘jaligi korxonalarida ta‘minot funksiyalarini amalga oshirish.**
- 3. Xarid logistikasida «ishlab chiqarish yoki xarid qilish» masalasi.**

1. Xarid logistikasining mohiyati va vazifalari.

Xarid logistikasi–bu, korxonani moddiy resurslar bilan ta‘minlash jarayonida, moddiy oqimlarni boshqarishdir.

Mikrologistik tizimning katta ahamiyatga ega unsurlaridan biri bu xarid tizimchasidir, u moddiy oqimni logistik tizimga kirib borishini tashkil etadi. Bu bosqichda moddiy oqimlarni boshqarish ma‘lum o‘ziga xos xususiyatlarga ega, aynan shu holat xarid logistikasini ayrim bob sifatida o‘rganilishiga sabab bo‘ladi.

Moddiy oqimlarni qayta ishlovchi har bir korxonada, jumladan qishloq xo‘jalik korxonalarida ham, o‘z tarkibida, mehnat buyumlarini (urug‘lik, o‘g‘it, yoqilg‘i moylash materiallari va b.) sotib olishni, etkazishni va vaqtinchalik saqlashni amalga oshiruvchi bo‘limga egalardir. Bu bo‘lim faoliyatini uchta pog‘onada ko‘rib chiqishimiz mumkin, chunki bu bo‘lim bir vaqtning o‘zida;

- ❖ korxonada kiruvchi makrologistik tizim maqsadlarini aloqasini va amalga oshirishini ta‘minlovchi unsuri;

- ❖ mikrologistik tizim unsuri, ya‘ni korxonada maqsadlarini ro‘yobga chiqishini ta‘minlovchi korxonada bo‘limlaridan biri;

- ❖ o‘z unsurlari, tuzilmasi va maqsadlariga ega mustaqil tizim ham bo‘lishi mumkin.

Har bir belgilangan pog‘onada ta‘minot bo‘limi faoliyatining maqsadlarini ko‘rib chiqamiz²:

1. Makrologistik tizim unsuri sifatida, ta‘minot bo‘limi mahsulot etkazib beruvchilar bilan, tovarlarni etkazishga doir texnik-texnologik, iqtisodiy va uslubiy (metodologik) muammolar bo‘yicha kelishib, xo‘jalik aloqalarini o‘rnatadi.

² Logistics and supply chain management : creating value-adding networks / Martin Christopher. – 4th ed. – Great Britain: Pearson Education Limited, 2011. – 276 p.

Ta'minot bo'limi etkazib beruvchining savdo bo'limlari va transport korxonalari bilan aloqada bo'lib, korxonani makrologistik tizimga kirishini ta'minlaydi. Logistika g'oyasi – barcha ishtirokchilar o'zaro kelishgan holda faoliyat ko'rsatishidan qo'shimcha daromad olish uchun, ta'minot bo'limi xodimlari o'z korxonasi maqsadlarini ro'yobga chiqishini ta'minlashda ushbu korxonani alohida ob'ekt tarzida emas, balki butun bir logistik tizimning bo'g'ini sifatida ish ko'rishlari lozim. Ya'ni, ta'minot bo'limi, o'z korxonasiga ishlash bilan birga, butun makrologistik tizim faoliyatining samaradorligi oshishini ham nazarda tutishi lozim. Bunday yondashuvda o'z korxonasiga butun makrologistik tizim unsuri sifatida qaraladi: tizim ahvoli yaxshilansa – uning bo'g'ini bo'lmish korxonaning ahvoli ham yaxshilanadi. Masalan qishloq xo'jaligida ham, agarda har bir pudratchi o'z manfaatini ko'zlash bilan birga boshqa pudratchilarga ziyon etkazmaslik, iloji bo'lsa yordam berishni ham o'ylasa, unda butun xo'jalikning ishi ham a'lo darajada bo'ladi.

Yetkazib beruvchilar bilan logistik integratsiya iqtisodiy, texnik, texnologik va uslubiy xarakterdagi tadbirlar majmui hisobiga erishiladi. Integratsiya, ishonchli hamkorlik munosabatlariga, agarda daromad bo'lmasa ham hamkorga qo'l uzatishga, asoslangan bo'lishi kerak. «Menga baribir...» falsafasini ilgari suruvchilar, hozirgi tadbirkorlar dunyosida o'z o'rnini topa olmaydilar.

Logistikada etkazib beruvchilar bilan munosabatlar quyidagi tamoyillarga asoslangan bo'lishi kerak.

1. Yetkazib beruvchilar bilan xuddi mijozlar bilan bo'lgandek munosabatda bo'lish.
2. Maqsadlar birligini amalda namoyon qilishni unutmashlik.
3. Yetkazib beruvchini o'z maqsadlari bilan tanishtirish va uni ishidan ham xabardor bo'lish.
4. Yetkazib beruvchida muammolar paydo bo'lsa unga yordam berishga tayyor turish.
5. Olgan majburiyatlariga amal qilish.
6. Ish amaliyotida etkazib beruvchi maqsadlarini ham hisobga olish.

Ta'minot bo'limi, yangi mahsulotni ishlab chiqish yo'llarini izlash bosqichidan boshlab, korxonani moddiy resurslar bilan ta'minlash masalasini yechishga kirishadi. Logistik tashkil etilgan tizimlarda esa, bu bosqichda etkazib beruvchi ham ishtirok etishi mumkin.

7. Ta'minot bo'limi, uni tashkil etgan korxonaning unsuri bo'lishi bilan birga, *ta'minot – ishlab chiqarish - sotish* zanjiridagi moddiy oqimni o'tib ketishini ta'minlovchi makrologistik tizimga ham mos tarzda kirib borishi lozim. Ta'minot bo'limining ishlab chiqarish va sotish bo'limlari bilan, moddiy oqimlarni boshqarish bo'yicha, faoliyatlarini yuqori darajada o'zaro kelishilgan bo'lishini ta'minlash, butun korxonani logistik tashkil etishning vazifasidir. Zamonaviy ishlab chiqarish va moddiy-texnik ta'minot tizimlari, korxonada miqyosidagi ta'minot, ishlab chiqarish va sotish bo'g'inlari rejalarining o'zaro kelishilgan bo'lishi va ularga operativ tarzda o'zgartirishlar kiritilishi imkoniyatini ta'minlaydilar. Bunda real vaqtdagi doimiy o'zgarishlar ham hisobga olinadi.

Ta'minot - ishlab chiqarish - sotish zanjiri zamonaviy marketing konsepsiyasi asosida barpo etilishi lozim, ya'ni birinchi navbatda sotish strategiyasi, keyinchalik undan kelib chiqqan xolda ishlab chiqarishni rivojlantirish strategiyasi va undan keyingina ishlab chiqarishni ta'minlash strategiyasi ishlab chiqilishi lozim. Shuni ham ta'kidlab o'tish kerakki marketing bu masalani faqatgina konseptual nuqtai nazardan belgilaydi. Sotish bozorlarini har tomonlama tekshirishga mo'ljallangan marketing ilmiy qurollari, mos talablarga bog'liq bo'lgan, etkazib beruvchilarni texnik-texnologik kelishishi masalalarini yechishga imkon beradigan uslublarni ishlab chiqmagan. Shuningdek marketing, xom ashyoning birlamchi ishlab chiqaruvchisidan oxirgi iste'molchigacha bo'lgan materiallar harakati jarayonidagi barcha ishtirokchilarning tizimli tashkil etish uslublarini ham taklif etmaydi. Bu nuqtai nazardan logistika ishbilarmonlik faoliyatiga marketing yondashuvini rivojlantiradi, marketing konsepsiyasini amalga oshirish imkonini yaratuvchi usullarni ishlab chiqadi, konsepsiyaning o'zini ham sezilarli darajada kengaytiradi va to'ldiradi.

8. Ta'minot bo'limining samarali faoliyat yuritishi, korxonada miqyosida ham, makrologistika miqyosida ham sanab o'tilgan maqsadlarni ro'yobga chiqarish, bularning barchasi ta'minot bo'limini tizimli tashkil etilishga bog'liqdir.

Xarid logistikasining vazifalari

Qishloq xo'jalik korxonalarini mehnat buyumlari bilan ta'minlash jarayonidagi asosiy savollar an'anaviy va ta'minot logikasi bilan belgilanadi:

- ❖ nima xarid qilish;
- ❖ qancha xarid qilish;
- ❖ kimdan xarid qilish;
- ❖ qaysi shartlarda xarid qilish.

Bu an'anaviy ro'yxatni logistika o'z savollari bilan to'ldiradi:

- ❖ qanday qilib xaridlarni ishlab chiqarish va sotish bilan tizimli bog'lash;
- ❖ qanday qilib korxonada faoliyatini etkazib beruvchilar bilan tizimli bog'lash;

Aynan ushbu savollar xarid logistikasining amaliy sohasidagi vazifalarini va qilinadigan ishlarini belgilaydi.

Xarid logistikasiga doir vazifalar va ishlarni ko'rib chiqamiz.

1. Moddiy resurslarga bo'lgan ehtiyojni aniqlash

Moddiy resurslarga bo'lgan ehtiyojni aniqlash jarayonida qishloq xo'jaligi korxonasi ichidagi, moddiy resurslar iste'molchilarini aniqlash zarur. Keyinchalik moddiy resurslarga bo'lgan ehtiyoj hisoblanadi. Bunda mahsulot etkazishning og'irligi, o'lchami, va boshqa parametrlariga, hamda servisiga talablar o'rganiladi. Bundan keyin nomenklatura va (yoki) nomenklatura guruhlarining har bir pozitsiyasiga reja-grafiklar va maxsus ko'rsatmalar ishlab chiqiladi.

Iste'mol qilinadigan moddiy resurslar uchun «ishlab chiqarish yoki xarid qilish» muammosi ko'rib chiqilishi mumkin.

2. Xarid bozorini tekshirish.

Xarid bozorini tekshirish, etkazib beruvchilar bozorining hatti-harakatlari tahlilidan boshlanadi. Bunda, bevosita bozorlar, o'rnini bosadigan bozorlar va yangi bozorlar bo'yicha barcha mumkin bo'lgan etkazib beruvchilarni aniqlash lozim. Keyinchalik, sotib olinayotgan moddiy resurslarning barcha mumkin bo'lgan

manbalarini boshlang'ich baholash, hamda muayyan bozorga chiqish bilan bog'liq tavakkalchiliklarni tahlil qilish lozim.

3. *Yetkazib beruvchilarni tanlash.*

yetkazib beruvchilar to'g'risidagi ma'lumotlarni to'plashni, ularning ma'lumotlari bankini yaratishni, optimal etkazib beruvchini izlashni, tanlangan etkazib beruvchi bilan olib borilgan ish natijalarini baholashni o'z ichiga oladi.

4. *Xaridlarni amalga oshirish.*

Ushbu funksiyani ro'yobga chiqishi muzokaralar olib borishdan boshlanadi va shartnoma imzolanishi bilan yakunlanishi lozim. Shartnoma munosabatlari xo'jalik aloqalarini shakllantiradi, ularning ratsionallashuvi esa logistikaning vazifasidir. Xaridlarni amalga oshirishni, xarid qilish uslubini tanlashni, etkazish va pul to'lash shartlarini ishlab chiqishni, hamda moddiy resurslarni tashishni tashkil etishni o'z ichiga oladi. Bunda etkazishlar grafigi tuziladi, ekspeditsiya ishlari amalga oshiriladi, va, lozim bo'lsa, bojxona ishlari ham tashkil etilishi mumkin. Xaridlar, qabul qilish nazoratini tashkil etish bilan nihoyasiga yetadi.

5. *Yetkazib berishlarning nazorati.*

yetkazib berishlarning nazoratini eng muhim vazifalaridan biri bu sifat nazoratidir, ya'ni sifatli va brak mahsulotlar sonini hisoblab borish. Shuningdek etkazib berishlar nazoratiga etkazishlar muddatini kuzatish (erta yoki kech etkazishlarni soni), buyurtmani qabul qilinishi muddatlarini, tashish muddatlarini kuzatish, hamda moddiy resurslar zaxiralari holatining nazorati ham, kiradi.

6. *Xaridlar byudjetini tayyorlash.*

Xarid qilish faoliyatining muhim qismi bu iqtisodiy hisob-kitoblardir, chunki har bir ish bo'yicha xarajatlar qancha bo'lishini aniq bilish lozim. Bunda xarajatlarning quyidagi turlari aniqlanadi:

- ❖ moddiy resurslarning asosiy turlari bo'yicha buyurtmalarni bajarish xarajatlari;
- ❖ tashish, ekspeditsiya va sug'urta xarajatlari;
- ❖ yukni qayta ishlash xarajatlari;
- ❖ yetkazib berish shartnomasi shartlari bajarilishini nazoratiga bo'lgan xarajatlar;
- ❖ moddiy resurslarni qabul qilish va tekshirishga bo'lgan xarajatlar;
- ❖ potensial etkazib beruvchilar xaqida ma'lumot izlashga bo'lgan xarajatlar.

Iqtisodiy hisob-kitoblar qilish doirasidagi xarid logistikasi vazifalariga, moddiy resurslar tanqisligi tufayli yuzaga kelgan chegirmalarni ham kiritish lozim.

7. *Xaridlarning ishlab chiqarish, sotish, omborga qo'yish va tashish, hamda etkazib beruvchilar bilan tizimli o'zaro aloqasi.*

Xarid logistikasining ushbu o'ziga xos masalasi, yuqorida qayd etilganidek, xaridlarning ishlab chiqarish va sotish bilan tizimli o'zaro aloqalarini tashkil etish vositasi orqali, hamda rejalashtirish, iqtisodiyot, texnika va texnologiya sohalarida etkazib beruvchilar bilan aloqalar o'rnatish orqali yechiladi.

Logistika konsepsiyasiga muvofiq, korxonani mehnat buyumlari bilan ta'minlash jarayonida moddiy oqimlarni boshqarishga tizimli yondashishni amalga oshirish bo'yicha tadbirlar ham bo'lishi lozim.

Xarid logistikasining oldingi paragrafdagi vazifalarini bajarishning, O‘zbekiston sharoitida murakkablashuviga yaqin o‘tmishimiz sabab. Ilgari korxonalar oldida bunday vazifalar umuman turmasdi, chunki resurslar qayta taqsimlanardi.

Ta‘minotni tashkil etishning ikki variantini ko‘rib chiqaylik. Ular, qishloq xo‘jalik mahsulotlarini qayta ishlovchi korxonani xom ashyo bilan ta‘minlash jarayonida moddiy oqimlarni boshqarishga tizimli yondashish imkoniyatlari borasida bir-biridan prinsipial tarzda farqlanadilar.

10-rasmda, tepada qayd etilgan masalalar har xil funksional bo‘limlar o‘rtasida taqsimlangan korxonaning tashkiliy tuzilmasi taqdim etilgan.



1. Rasm. Ta‘minot funksiyasini amalga oshirish bilan bog‘liq ishlar va masalalar

Bunda ko‘rinib turibdiki, nima sotib olish va qancha sotib olish masalasi ishlab chiqarish bo‘yicha masala rahbariyat tomonidan echiladi³.

10-rasmda keltirilgan variantda, korxonada ta‘minotni bo‘yicha barcha funksiyalarni bir qo‘lda, masalan moddiy-texnikaviy ta‘minot bo‘limida, mujassamlanishi ko‘zda tutiladi.

Xarid qilingan mehnat buyumlarini omborga qo‘yish ishlari ham shu yerda bajariladi.

³ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

Ta'minot ishlari ham shu yerda bajariladi, ya'ni shartnomalar tuziladi, ularning bajarilishi nazorat qilinadi, sotib olingan mahsulotlarni etkazish tashkil etiladi. Natijada ta'minot jarayonidagi moddiy oqimlarni boshqarish funksiyasi har xil bo'limlar orasida taqsimlangan va uni samarali amalga oshirilishi qiyinlashgan vaziyatga duch kelamiz.

Bunday tuzilma, mehnat buyumlarini xarid qilish bosqichida moddiy oqimlarni logistik optimallashtirishga keng imkoniyatlar yaratadi.

Xarid logistikasida «ishlab chiqarish yoki xarid qilish» kabi masalaga ikki xil alternativ (muqobil) variantdan birini tanlash kiradi:

-bevosita ishlab chiqaruvchidan tovar resurslarini sotib olib, mustaqil ravishda assortimentni shakllantirish;

-yirik partiyalarni maydalashtirish, keng assortimentni shakllantirish va iste'molchilarga butun holda etkazish bilan shug'ullanadigan vositachilardan tovar resurslarini sotib olish.

Bevosita ishlab chiqaruvchidan ko'ra vositachidan sotib olish qulay bo'lgan hollarning sabablarini ko'rib chiqamiz.

9. Tovar resurslarini vositachidan xarid qilib, korxonada, odatda, keng assortimentni kichik partiyalar bilan olish imkoniyatiga ega bo'ladi. Natijada, zaxiralarga, omborlarga bo'lgan ehtiyoj kamayadi, assortimentni ayrim turlarini ishlab chiqaruvchilar bilan ishlar hajmi ham kamayadi.?

10. Mahsulotning vositachidagi narxi, ishlab chiqaruvchidan past bo'lishi mumkin. Faraz qilaylik, ishlab chiqaruvchi quyidagi narxlarda o'z mahsulotini sotadi:

A) kichik hajmdagi xaridorlar uchun – 10 so'm (bir birlik mahsulotga)

B) yirik hajmdagi xaridorlar uchun – 8 so'm (bir birlik mahsulotga)

Vositachi, yirik partiyani 8 so'mdan sotib oladi, va uni mayda xaridorlarga, ustiga 12% qo'shib, 8so'm 96 tiyindan sotadi. Vositachi bu ishni amalga oshirishi mumkin, chunki u aynan yirik partiyalarni maydalashtirish bilan shug'ullanadi. Ishlab chiqaruvchiga esa bu ish qimmatga tushadi, va u 10 so'mdan sotishga majbur.

11. Mahsulot ishlab chiqaruvchi, vositachidan ko'ra uzoqroqda joylashgan bo'lishi mumkin. Bu degani transport xarajatlari ham qo'shib, narx orasidagi farq yanada oshib ketadi.

«Ishlab chiqarish yoki xarid qilish» masalasi yechilgandan, va korxonada qaysi xom ashyo va qaysi mahsulotlarni xarid qilish zarur ekanligi belgilab olganidan so'ng, etkazib beruvchini tanlash masalasini hal qilishga kirishiladi. Bu ishning asosiy bosqichlarini sanab o'tamiz va tavsiflaymiz.

1. *Potensial etkazib beruvchilarni izlash.*

Bunda quyidagi uslublar qo'llanilishi mumkin:

-tender e'lon qilinishi;

-reklama ma'lumotlarini: firma kataloglarini; ommaviy axborot vositalaridagi e'lonlarni va boshqalarni, o'rganib chiqish;

-ko'rgazma va yarmarkalarga tashrif buyurish;

-potensial etkazib beruvchilar bilan aloqada bo'lish.

Sanab o'tilgan tadbirlar natijasida potensial etkazib beruvchilar ro'yxati shakllanadi, va u doimo yangilanib turiladi.

2. *Potensial etkazib beruvchilarning tahlili.*

Potensial etkazib beruvchilarning tuzilgan ro'yxati, talablarga mos keladigan etkazib beruvchilarni tanlash imkoniyatini beradigan maxsus mezonlar asosida tahlil qilinadi. Bunday mezonlar soni bir necha o'ntagacha bo'lishi mumkin. Ammo ko'pgina hollarda etkazilayotgan mahsulotning narxi va sifati bilan, hamda etkazib beruvchining ishonchliligi (bunda etkazib beruvchining mahsulotni etkazish muddati, assortimenti, butligi, sifati va miqdori bo'yicha olgan majburiyatlarini bajarish tushuniladi) bilan cheklanadilar.

Yetkazib beruvchini tanlashda e'tibor berilayotgan boshqa mezonlarga quyidagilar kiradi:

- yetkazib beruvchini iste'molchidan yiroqda joylashishi;
- joriy va tezkor buyurtmalarni bajarish muddatlari;
- zaxira quvvatlari mavjudligi;
- yetkazib beruvchida sifat boshqaruvini tashkil etilishi;
- yetkazilayotgan uskunalarning butun xizmat muddati davomida ehtiyot qismlarini etkazib berish qobiliyati;
- yetkazib beruvchining moliyaviy ahvoli va boshqalar.

Potensial etkazib beruvchilarni tahlili natijasida aniq etkazib beruvchilar ro'yxati shakllanadi, va ular bilan shartnoma munosabatlarini o'rnatish bo'yicha ish olib boriladi.

3. *Yetkazib beruvchilar bilan olib borilgan ish natijalarini baholash.*

Imzolangan shartnomalar bo'yicha ish natijalari etkazib beruvchini tanlashga katta ta'sir ko'rsatadi. Buning uchun maxsus baholar shkalasi ishlab chiqiladi, u etkazib beruvchini reytingini hisoblash imkonini beradi.

Reytingni hisoblashdan oldin xarid qilinayotgan mehnat buyumlarini farqlanishini (differentsiatsiya) amalga oshirish lozim.

Xarid qilinayotgan tovarlar, xom ashyo va butlovchi mahsulotlar, odatda, ishlab chiqarish nuqtai-nazaridan bir xil qimmatga ega emas. Masalan, urug'ning yo'qligi qishloq xo'jaligidagi ishlab chiqarish jarayonini to'xtab qolishiga olib keladi (xuddi savdoda ayrim tovarlarning tanqisligi – savdo korxonasi daromadining kamayishiga olib kelgani kabi), xuddi shunday o'g'it, yoqilg'i va ehtiyot qismlarning o'z vaqtida etkazilmasligi ham yig'im-terim mavsumini ancha orqaga surishi yoki yetishtirilayotgan mahsulotni umuman nobud bo'lishiga olib kelishi mumkin. Mehnat buyumlarining ushbu kategoriyasida etkazib beruvchi tanlashning asosiy mezoni etkazishlarning ishonchliligi hisoblanadi.

Yetkazib beruvchining reytingini hisoblashga misol keltiramiz (4.1-jadval). Faraz qilaylik, korxonada A mahsulotni xarid qilishi lozim, va uni tanqisligiga yo'l qo'yib bo'lmaydi. Demak, etkazib beruvchini tanlashda birinchi navbatda etkazishning ishonchliligi mezoni e'tiborga olinadi. Boshqa mezonlarning ahamiyati esa, ta'minot bo'limi xodimlari tomonidan ekspert yo'li bilan aniqlanadi (jadval).

Jadval

Yetkazib beruvchining reytingini hisoblash⁴

⁴ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

Etkazib beruvchini tanlashning mezonlari	Mezonning ahamiyatlilik darajasi	Berilgan etkazib beruvchida mezonni baholash (10 ballik shkala bo'yicha)	Mezon bahosini uning ahamiyatlilik darajasiga ko'paytmasi
1. Yetkazib berishning ishonchliligi	0,30	7	2,1
2. Narx	0,25	6	1,5
3. Mahsulot sifati	0,15	8	1,2
4. To'lov shartlari	0,15	4	0,6
5. Rejadan tashqari etkazishlar imkoni	0,10	7	0,7
6. Yetkazib beruvchining moliyaviy ahvoli	0,05	4	0,2
Jami:	1,00		6,3

Agarda xarid qilinayotgan mehnat buyumlari ishlab chiqarish yoki savdo jarayoni nuqtai-nazaridan ahamiyatsiz bo'lsa, u holda etkazib beruvchilarni tanlashda asosiy mezon bo'lib sotib olish va tashish xarajatlarini xizmat qiladi.

Reytingni jami ifodasi, mezon bahosi va ahamiyatlilik darajasini ko'paytmalari summasidan kelib chiqadi. Har bir etkazib beruvchi uchun reyting hisoblanib eng yaxshi etkazib beruvchi aniqlanadi.

Noma'lum etkazib beruvchilar bilan xo'jalik aloqalari o'rnatib, korxonalar ma'lum tavakkalchilikga yo'l qo'yadi. Agarda etkazib beruvchi o'z majburiyatlarini bajara olmasa, iste'molchi ishlab chiqarishida uzilishlar yoki moliyaviy yo'qotishlar bo'lishi mumkin. Ko'rilgan zararlarni qoplash esa, odatda, ma'lum qiyinchiliklarga duch keladi.

Shunday ekan korxonalar noma'qul bo'lgan etkazib beruvchilarni aniqlashning turli usullarini izlaydilar, masalan chet el firmalari etkazib beruvchilar to'g'risida ma'lumot yig'uvchi maxsus firmalarga murojaat etadilar, ular esa norasmiy manbalardan ham foydalanadilar.

Bu ma'lumotlar etkazib beruvchining moliyaviy ahvoli to'g'risida quyidagi axborotlarni berishlari mumkin:

- yetkazib beruvchi likvidligining qarz majburiyatlariga nisbati to'g'risida;
- sotuvlar hajmini debitor qarzlarga nisbati to'g'risida;
- sof foydani sotuvlar hajmiga nisbati to'g'risida;
- naqd pul harakati to'g'risida;
- zaxiralar aylanmasi va boshqalar to'g'risida;

O‘zbekistondagi korxonalar, hozirgi kunda, etkazib beruvchi tanlashda asosan o‘z axborotlaridan foydalanadilar. Ko‘p etkazib beruvchilar bilan ish olib boradigan korxonada yaxshi ma‘lum bo‘lgan, obro‘ qozongan etkazib beruvchilar ro‘yxati mavjud. Bunday etkazib beruvchilar bilan tuziladigan shartnomalar tezda imzolanib ishlay boshlaydi. Agarda notanish etkazib beruvchi bilan shartnoma tuziladigan bo‘lsa, u holda shartnoma tasdiqlanishi va to‘lov amalga oshirilishi, moliyaviy xavfsizlikni ta‘minlovchi chora-tadbirlar bilan, mukammallashadi. +ishloq xo‘jaligiga to‘xtaladigan bo‘lsak hozirgi kunda bu ish umuman yo‘lga qo‘yilmagan, va barcha xo‘jaliklar mavjud etkazib beruvchidan (u odatda bitta) foydalanadilar xolos.

-yetskazib beruvchi tanlash bo‘yicha misol keltiraylik.

Tasavvur qilamiz, bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi, ikkita xo‘jalik xo‘jaligi mavjud (A va V). Ularning mahsulotlarini sifati ham bir xilda. Har ikkala xo‘jalik ham yaxshi tanish va ishonchli. A xo‘jalikning kamchiligi shuki u iste‘molchidan Vga nisbatan 200km yiroqroqda joylashgan (A xo‘jalikgacha 500km, V xo‘jalikgacha 300km). Ammo, A xo‘jalik o‘z mahsulotini avtomobillar yordamida ortish-tushirish mumkin bo‘lgan qadoqlarda jo‘natadi. V xo‘jalikning mahsulotini esa qo‘lda tushirish lozim. 500 km-ga yukni tashish uchun har kilometriga 50 so‘m sarflanadi. 300 km-ga yukni tashish esa qimmatroq bo‘lib har kilometriga 70 so‘mga teng.

A xo‘jalikning mahsulotini tushirish vaqti – 30 daqiqa, V xo‘jalikning mahsulotini tushirish vaqti – 10 soat. Har bir ishchining tushirish uchun stavkasi soatiga 600 so‘mni tashkil etadi.

Agarda faqat tashish xarajatlarini e‘tiborga oladigan bo‘lsak V xo‘jalikni tanlash lozim. Ammo ortish-tushirish ishlarini ham hisoblab A xo‘jalikni tanlash ma‘qul ekanligini ko‘ramiz. (jadval)

Jadval

Mahsulotni etkazib berish bilan bog‘liq xarajatlarni hisoblash

Ko‘rsatkich nomi	A xo‘jalik	V xo‘jalik
Transport xarajatlari	$50\text{so‘m/km} \cdot 500\text{km} = 25000\text{ so‘m}$	$70\text{so‘m/km} \cdot 300\text{km} = 21000\text{ so‘m}$
Tushirish xarajatlari	$600\text{so‘m/soat} \cdot 0,5\text{soat} = 300\text{ so‘m}$	$600\text{so‘m/soat} \cdot 10\text{soat} = 6000\text{ so‘m}$
Jami xarajatlar:	25300 so‘m	27000 so‘m

Shunday qilib, barcha shart-sharoitlar bir xil bo‘lganda V xo‘jalikdan ko‘ra A xo‘jalikdan xarid qilish ma‘qul, chunki bu har bir etkazib berishda 1700 so‘m tejash imkonini beradi.

«Aniq muddatga» etkazish tizimi, logistik tizimning biror-bir bo‘g‘inida qandaydir mahsulotga o‘tkir ehtiyoj paydo bo‘lmasa unga hech qanday mahsulot

kirib bormasligiga asoslangan. Masalan: o'g'itlarni aynan sepiladigan vaqtiga etkazish yoki yem-xashakni aynan chorva iste'mol qiladigan vaqtga etkazish.

Bu tizimning mohiyati shundaki, uning har bir bo'g'inidagi talab zanjirning so'ngi bo'g'ini talabi bilan aniqlanadi. Agarda zanjir oxirida talab paydo bo'lmasa mahsulot ishlab chiqarilmaydi va yig'ilmaydi. Bunday mahsulot harakati xuddi daryoga o'xshaydi. Talab daryoning pastki nuqtasidan oqimga qarshi uzatiladi, unga javoban moddiy oqim qaytariladi. Talab kamaysa oqim tezligi pasayadi, va aksincha. (11-rasm)

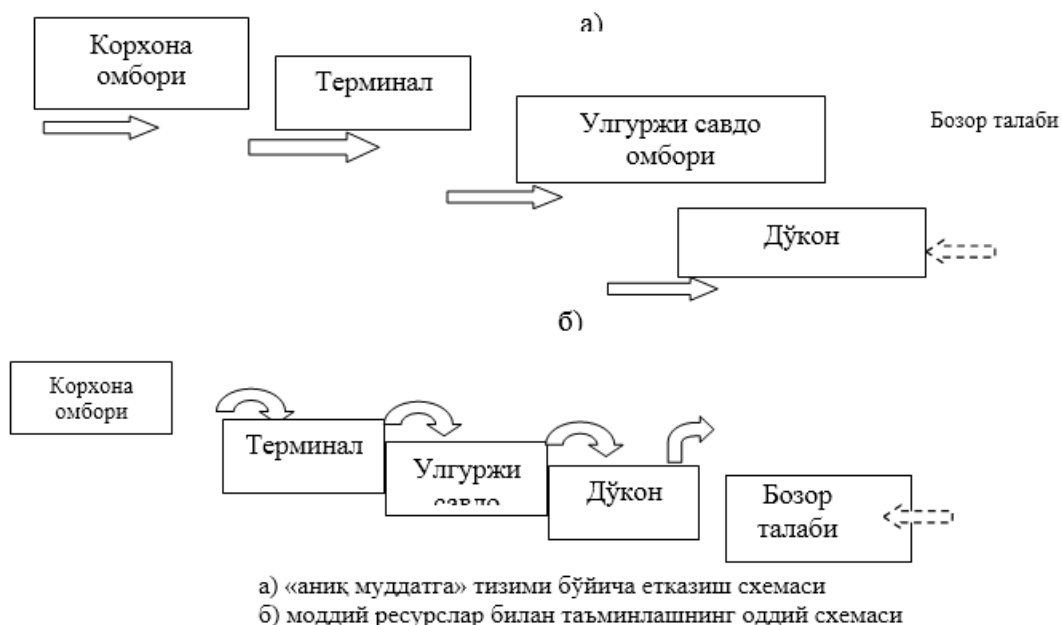
Bu tizimga qarama-qarshi bo'lib talabni kutgan holda mahsulotlarni omborlarda yig'ish tizimi chiqadi. (11a-rasm).

Ushbu tizimning odatdagi ta'minotdan prinsipial farqi 12-rasmda ko'rsatilgan.

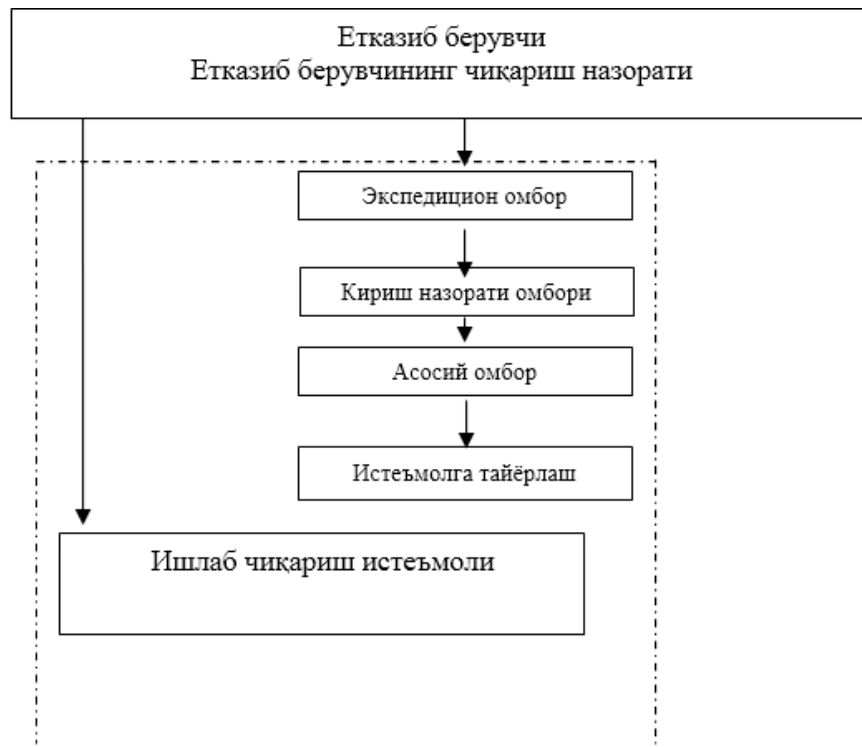
Shunday qilib, «aniq muddatga» etkazish tizimi – bu ehtiyot qismlar yoki tovarlarni, ishlab chiqarish uchun ishlatiladigan joyga yoki savdo korxonasida sotish vaqtiga, talab qilingan miqdorda va kerak bo'lgan vaqtda, ishlab chiqarish va etkazib berish tizimidir.

Rasmdan ko'rinib turibdiki, iste'molchida sifat nazorati yo'q. Demak, bu ishni etkazib beruvchi o'z zimmasiga olishi lozim. Bunday sharoitlarda etkaziladigan partiyada sifatsiz mahsulot bo'lishi mumkin emas.

Yetkazib beruvchi va xaridor orasidagi, «aniq muddatga» tizimini qo'llash imkonini beruvchi munosabatlar uzoq muddatli xo'jalik aloqalari va shartnomalar asosida barpo etiladi. Shundagina barcha masalalar bo'yicha ikkala tomonni ham qoniqtiradigan yechimlarni topish mumkin.



11-Rasm. Bozor talabini qondirishning ikki varianti



12-Rasm. Oddiy ta'minot bilan «aniq muddatga» tizimi bo'yicha ta'minot sxemalarining taqqoslama tavsifi

«Aniq muddatga» tizimi etkazib beruvchilarni, oddiy ta'minot sharoitidagiga nisbatan, kamroq zaxira bilan ishlashini ko'zda tutadi. Demak, logistik jarayonning barcha ishtirokchilariga qo'yilgan talab yanada kuchayadi, shu jumladan transportchilarga ham. Shuning uchun ham oddiy sharoitda tashuvchi tanlayotganda asosiy e'tibor tashish narxiga qaratilsa, «aniq muddatga» tizimida tashuvchini belgilangan muddatga etkazib bera olish kafolatiga e'tibor beriladi.

«Aniq muddatga» tizimini qo'llash ishlab chiqarish va tovar zaxiralarini keskin kamaytirishga imkon yaratib, ombor quvvatlari va xodimlariga bo'lgan talabni kamaytiradi. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini sotishda bu tizim quyidagi sxemalarning biri bo'yicha amalga oshadi:

- ❖ Chakana savdo korxonasi ombori – do'kon
- ❖ Ulgurji savdo korxonasi ombori – do'kon
- ❖ Xo'jalik xo'jaligi – do'kon

«Aniq muddatga» tizimini qo'llash juda ham mashaqqatli ishdir. Uni qo'llashdan oldin, «aniq muddatga» tizimi uslubi bo'yicha ishlash eng katta samara berishi mumkin bo'lgan ahamiyatli pozitsiyalarni aniqlash maqsadida, etkazib berilayotgan tovar yoki ishlab chiqarish resurslari assortimentini differentsiatsiyalash kerak. Differentsiatsiya quroli sifatida turli tahlil usullarini qo'llash mumkin.

«Aniq muddatga» tizimini qo'llashdan olinadigan asosiy samarani quyidagicha ifodalasak bo'ladi⁵:

-yetkazib berishlarning texnologik zanjiridagi bir qator operatsiyalar chiqarib tashlanadi;

⁵ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

-joriy zaxiralar kamayadi, chunki mehnat buyumlari to'g'ridan-to'g'ri sexga yoki do'konga borib tushadi;

-yaxshi ma'lum bo'lgan etkazib beruvchilar va tashuvchilar bilan uzoq muddatli munosabatlar o'rnatilishi hisobiga etkazib berishlarning ishonchliligi oshadi, bu esa sug'urta xarajatlari kamayishiga olib keladi;

-yaqin masofada joylashgan yoki omborlari mavjud etkazib beruvchilar bilan ishlash natijasida yo'l xarajatlari ham kamayadi;

-mahsuloti sertifikatlangan etkazib beruvchilar bilan ishlash natijasida, mahsulot sifati ham oshadi;

-«aniq muddatga» tizimini qo'llashdan ikki tomonlama manfaat ko'zlanadi, bu esa etkazishlar ishonchliligining oshishiga olib keladi.

«Aniq muddatga» tizimini qo'llash oldida turgan ayrim muammolarga ham to'xtalib o'tish lozim.

Iste'molchining sifatga bo'lgan talablari, etkazib beruvchi xarajatlarining oshishiga olib kelishi mumkin.

Iste'molchining yiroqligi, kichik partiyalarni tez-tez tashib turilishi etkazib beruvchi uchun foydasiz bo'lishi mumkin.

Yetkazish muddatlari jadvali, «aniq muddatga» tizimida mahsulotlar ularga ehtiyoj paydo bo'lgandagina olib kelinadi, etkazib beruvchi uchun esa yagona bir jadval bo'yicha (belgilangan vaqt va hajmda) etkazish qulayroq.

Yetkazishlar hajmi va davriyligi. Etkazib beruvchi va iste'molchi uchun ushbu ikkita parametr bir-biridan farqli o'lchamlarda foydali bo'lishi mumkin.

Mavzu yakunida «aniq muddatga» tizimini loyihalash va kiritish jarayonida yechilishi lozim bo'lgan ayrim masalalarni sanab o'tamiz.

1. Yetkazib beruvchilar bilan munosabatlar sohasida:

-yaqin joylashgan etkazib beruvchilarni izlash;

-uzoq muddatli xo'jalik aloqalariga o'tish;

-tekshirilgan etkazib beruvchilar bilan shartnoma munosabatlarini uzaytirish (prolongatsiya);

-yetkazib beruvchilarni «aniq muddatga» tizimini qo'llashga qiziqtirish va ularning etkazib beruvchilariga ham bu tizimni yoyish;

-uzoq muddatli rejalashtirish va xaridlar kafolati hisobiga etkazib beruvchilar faoliyatini qo'llab-quvvatlash;

-yiroqdagi etkazib beruvchilarni uyushtirish (to'plash);

-xarid narxlarini har ikkala tomonga ham qulay darajaga olib kelish;

-qog'ozsiz axborot almashinuvini tashkil etish;

-yetkazib beruvchi kuchi va vositalari yordamida markazlashgan etkazishni tashkil etish;

-moddiy oqimlar bilan ishlashda texnologik kartalardan foydalanish.

2. Yetkazishlar hajmi bo'yicha:

-ishlab chiqarish tezligi bilan kelishilgan xaridlar tezligini quvvatlash (savdo korxonasi uchun sotish tezligi);

-kichik hajmlardagi tez-tez etkazishlarni ta'minlash;

-shartnoma umumiy hajmi o'zgarimasdan, har bir etkazish hajmining o'zgarishi bilan ishlash;

-yetkazib beruvchilar talab qilinayotgan miqdorda mahsulotni qadoqlashga tayyorgarligi uchun ularni mukofotlash.

3. Yetkazilayotgan mahsulot sifati sohasida:

-sifat uchun javobgar bo'lgan ishlab chiqaruvchi va iste'molchi xodimlarining o'zaro aloqada bo'lishi.

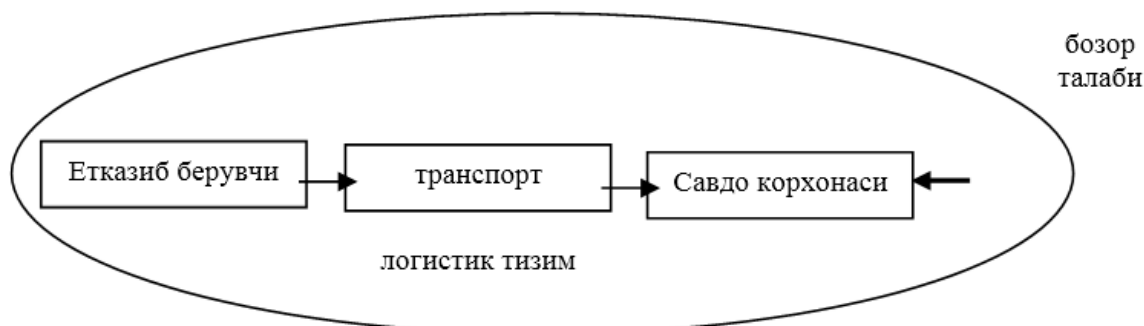
4. Ortish sohasida:

-yuklar kelishini aniq jadvalini tuzish va unga rioya qilish;

-doimiy, tekshirilgan tashuvchilardan foydalanish;

-omborga qo'yish va tashishni o'z ichiga oladigan majmuaviy logistik xizmat ko'rsatishga uzoq muddatli shartnomalar tuzish.

Tez amal qilish uslubi «aniq muddatga» tizimining rivojlanishi natijasida paydo bo'lgan. Bu uslub – chakana savdo korxonalariga va taqsimot markazlariga mahsulot etkazib berishlarni rejalashtirish va tartibga solish uslublarini o'z ichiga oladi. Uning asosida esa, savdo korxonasi, uning etkazib beruvchisi va transport o'rtasidagi logistik o'zaro aloqa yotadi. Uslub mazmuni uning nomida aks ettirilgan: bozorda paydo bo'lgan talabga qarab logistik tizimning tez amal qilishi (13-rasm).



13-Rasm. Bozor talabiga qarab amal qiluvchi logistik tizim

Agarda etkazib beruvchi ishlab chiqarish korxonasi bo'lsa, u operativ tarzda o'z ishlab chiqarishini, yangi mahsulot chiqarish maqsadida, qaytadan tashkil etishi lozim. Etkazib beruvchi bozordagi real talab haqidagi axborotni tezda olish imkoniyatiga ega bo'lishi kerak.

Ishlab chiqaruvchi korxonadan savdo korxonasiga biror-bir mahsulot, o'sha mahsulotga real ehtiyoj paydo bo'lishi extimoli yuqori bo'lgandagina etkazib beriladi. Buyurtmani topshirish va mahsulotni etkazish hech qanday tutilishsiz amalga oshishi kerak. Masalan, qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlovchi korxonani oladigan bo'lsak, u o'z ishlab chiqarishini tezda bir mahsulotdan ikkinchi mahsulotga o'tkaza olsa maqsadga muvofiq bo'ladi.

Tez amal qilish uslubi uchta texnologiya va biznesning yangi konsepsiyasini qo'llashga asoslangan:

Birinchi texnologiya: mahsulot shtrix kodlarini avtomatik ravishda aniqlash. Hozirgi vaqtda nima sotilayotgani to'g'risida aniq ma'lumotni tez yig'ishga imkon beradi.

Ikkinchi texnologiya: ma'lumotlarning elektron almashinuvi. Bu nafaqat internet, balki korxonalarga hujjatlangan ma'lumotlar bilan operativ almashish imkonini beruvchi boshqa standartlar majmuasi hamdir.

Uchinchi texnologiya: yuk birliklarini (masalan, tashish konteynerlarini) avtomatik aniqlanishi.

Biznesning yangi konsepsiyasi, bu tovar harakatida ishtirok etuvchi tashkilotlar orasidagi hamkorlik tuygʻusidir. Ishtirokchilarning oʻzaro kelishuvi nihoyatda katta rol oʻynaydi. Masalan, 80chi yillarning oxirida A+Shda 90% tovarlarda shtrix kod mavjud edi. Ammo tez amal qilish texnologiyasi bilan atigi bir necha yuzta hamkorlar oʻzaro bogʻlangan edilar xolos. Joriy etishning sekinligiga texnologiya yangiligi emas, balki ishtirokchilar (chakana savdogarlar, distribyutorlar, ishlab chiqaruvchilar) orasidagi bir-biriga boʻlgan ishonchsizlik tuygʻusi sabab. Tarixan shunday boʻlganki har bir tashkilot koʻproq foyda olishni, va bu ishni boshqa tashkilot foydasi hisobiga amalga oshirishni koʻzlaydi. Ushbu raqiblik munosabatlarini yengish, texnik-texnologik masalalarni yechishdan ham murakkabroqdir.

Nazorat savollari

1. Ishlab chiqarish-sotish faoliyati bilan shugʻullanadigan firma yetkazib beruvchilar va produsentlar bozori bilan qanday oʻzaro harakat qiladi?
2. Yetkazib berishlarning toʻgʻri aloqalar boʻyicha ustuvorligi va kamchiliklari.
3. Tovarlarni vositachilardan foydalangan holda yetkazib berishlar ustuvorligi va kamchiliklari.
4. Yetkazib berishlarni tashkil etishda birjaning roli qanday?
5. Xarid qiluvchi bozorlar turlari.
6. Xomashyo, materiallar va butlovchi buyumlarni yetkazib berish uchun hisob-kitoblar shakli va uslublari.
7. Tovarlarni yetkazib berish qanday xujjatlar bilan belgilanadi?
8. Oferta nima? Uning turlari.
9. Yetkazib beruvchini tanlashning anʼanaviy shakli nimaga birlashtiriladi?

TAQSIMOT LOGISTIKASI

Reja:

1. Taqsimot logistikasi tushunchasi.
2. Taqsimot logistikasining vazifalari.
3. Qishloq xoʻjaligi mahsulotlari bozorlari va qishloq xoʻjaligi korxonalarini tovarlar bilan taʼminlovchi infratuzilmalarning rivojlanishi.
4. Xizmat koʻrsatish va tarqatishni taqsimlashni logistik tashkil etish.

1. Taqsimot logistikasi tushunchasi.

«Taqsimot» soʻzi juda keng qoʻllaniladi, uning lugʻaviy maʼnosi – biror-bir narsani kimlargadir (nimalargadir) boʻlib berish, unda har biriga oʻziga tegishli qismi taqdim etilishi tushuniladi.

Iqtisodiyotdagi taqsimot – bu ishlab chiqarish jarayonining bir bosqichidir, oldin moddiy neʼmatlarni ishlab chiqarish, keyin esa taqsimlash, yaʼni yaratilgan mahsulotdagi har bir ishlab chiqaruvchining ulushini aniqlash, lozim. Bunda ushbu

ishlab chiqarilgan mahsulotga bo‘lgan egalik xuquqi taqsimlanadi. Mahsulotlarning o‘zi esa, masalan ombordagi sabzavotlar, ishlab chiqarish jarayoni ishtirokchilari orasida taqsimlanmaydi.

Logistikada taqsimot deganda ushbu jarayonning buyumlashgan, seziladigan bir ma’nosi tushuniladi. Egalik xuquqlari taqsimoti bilan bog‘liq qonuniyatlar ham e’tiborga olinadi, ammo ular tekshirish va optimallashtirishning asosiy predmeti hisoblanmaydi. Taqsimot logistikasida o‘rganiladigan asosiy predmet – mavjud materiallar zaxirasining jismoniy taqsimot jarayonini ratsionallashtirishdir. Mahsulotni qanday qadoqlash lozim, qaysi yo‘nalish bo‘yicha jo‘natish kerak, omborlar tarmog‘i kerakmi (kerak bo‘lsa, qanday?), qanday vositachilar kerak – aynan shu masalalarni taqsimot logistikasi yechishi lozim bo‘ladi.

Logistika moddiy oqimlarning to‘liq boshqaruvini o‘rganadi va amalga oshiradi, shuning uchun ham barcha bosqichlarda taqsimot masalalarini yechish, ya’ni nimanidir kimlarga berish zarur bo‘ladi:

- ❖ tovarlar xarid qilinganda yetkazib beruvchilar orasida buyurtmalar taqsimlanadi;

- ❖ yuklar korxonaga kelib tushgandan so‘ng, ular saqlash joylari bo‘yicha taqsimlanadi;

- ❖ ishlab chiqarishning har xil bo‘limlari o‘rtasida moddiy zaxiralar taqsimlanadi;

- ❖ savdo jarayonida moddiy oqimlar taqsimlanadi va hokazo.

Taqsimot logistikasi chegaralarini belgilab olish uchun, kapital ishlab chiqarish jarayonining chizmasini ko‘rib chiqamiz (14-rasm), ma’lumki u uchta bosqichdan iborat.

Ishlab chiqarish vositalarini xarid qilish bosqichidagi moddiy oqimlar xarid logistikasining o‘rganish va boshqarish ob’ekti bo‘lsalar, ishlab chiqarish bosqichidagi moddiy oqimlar- ishlab chiqarish logistikasi ob’ekti hisoblanadi. Tayyor mahsulotlarning taqsimoti va realizatsiyasi bosqichidagi moddiy oqimlar esa taqsimot logistikasining ob’ekti bo‘ladilar.

D	T	P	T¹	D¹
xarid		ishlab chiqarish	taqsimot	
logistikasi		logistikasi	logistikasi	

14-Rasm. Kapital ishlab chiqarish jarayoni va logistikaning funksional sohalari

Taqsimot logistikasi bu iste’molchining talab va manfaatlariga muvofiq tayyor mahsulotni unqacha yetkazish jarayonidagi tashish, omborga qo‘yish va boshqa moddiy va nomoddiy operatsiyalarni rejalashtirish, nazorat qilish va boshqarish to‘g‘risidagi bilimlar majmuidir. Shu bilan birga ushbu axborotni uzatish, saqlash va qayta ishlash ham taqsimot logistikasi doirasiga kiradi.

Taqsimot logistikasi quyidagi tamoyillarga asoslangan:

- moddiy va axborot oqimlarini boshqarish jarayonini marketing maqsadlari va vazifalariga bo‘ysunishi;

-taqsimot jarayonining ishlab chiqarish va xarid jarayonlari bilan tizimli o‘zaro aloqasi (moddiy oqimlarni boshqarish nuqtai- nazaridan);

-taqsimot ichidagi barcha funksiyalarning tizimli o‘zaro aloqasi.

Taqsimot logistikasining ta‘rifi quyidagicha ifodalanadi: taqsimot logistikasi – bu xar xil ulgurji xaridorlar o‘rtasidagi, ya‘ni ulgurji savdo jarayonida amalga oshiriladigan, o‘zaro aloqador funksiyalar majmuasidir.

Chakana savdo jarayoni, odatda, logistikada tadqiqot etilmaydi. Bu jarayon samaradorligi, logistika doirasidan tashqaridagi omillarga bog‘liq, masalan iste‘molchilar psixologiyasini bilishga, savdo zalini bezash mahoratiga, reklamani tashkil etishga va boshqalarga. Chakana savdo jarayonida moddiy oqimlarning ratsional tashkil etilishi albatta zarur, ammo uning ahamiyati moddiy oqim harakatining oldingi bosqichlaridagiga nisbatan ancha kam.

Shuni ham aytish lozimki yuqorida aytilganlarning barchasi butun chakana savdo jarayoniga emas, (u o‘z ichiga ulgurji xarid va chakana savdolarni oladi), balki faqatgina chakana savdoga, ya‘ni iste‘molchilarga xizmat ko‘rsatishga, tegishli.

Taqsimot logistikasining o‘rganish ob‘ekti – yetkazib beruvchidan iste‘molchigacha bo‘lgan harakat bosqichidagi moddiy oqimlardir.

Moddiy oqim taqsimoti anchadan buyon faoliyatining axamiyatli tomoni bo‘lib kelmoqda edi, ammo nisbatan yaqindagina u eng muxim funksiyalardan biri mavqeiga ega bo‘ldi. Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega davlatlarda 50-60chi yillargacha taqsimot tizimlari hech qanday boshqaruvsiz rivojlanib keldi. Taqsimot kanallarini tanlash, tovarlarni qadoqlash, ularni tashish va iste‘molchiga yetkazishga tayyorlash, ishlab chiqarish va materiallarni xarid qilish masalalari bir-biri bilan o‘zaro aloqada yechilar edi. Birgalikda taqsimot funksiyasini tashkil etuvchi ayrim kichikroq funksiyalar, mustaqil funksiyalar sifatida ta‘riflanar edi. 60-70chi yillarning boshlaridagina, ishlab chiqilgan mahsulot taqsimotiga doir barcha funksiyalarni yagona boshqarish funksiyasiga birlashtirish samaradorligini oshirishga olib kelishini angladilar. Buning natijasida taqsimot funksiyalari korxonalar va tashkilotlarning funksional boshqaruvi tuzilmasiga kiritildi.

Savdodagi taqsimotning har xil funksiyalari integratsiyasiga, do‘konlarni ta‘minlovchi maxsus tuzilmalarni bo‘linishi va rivojlanishi misol bo‘lishi mumkin. Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlarda, 70-chi yillarda, bunday taqsimot tuzilmalarini yirik chakana savdo tashkilotlari barpo etib, ularni rivojlantirishga kirishdilar. Taqsimot markazlarining samaradorligiga tovarlarning yirik partiyalarini olish munosabati bilan beriladigan chegirmalar hisobiga, yetkazib berish samaradorligi hisobiga, hamda bir taqsimot markazida xizmatlardan foydalanuvchi do‘konlar zaxirasi to‘planishi hisobiga erishiladi.

Taqsimot logistikasi, yetkazib beruvchi – iste‘molchi munosabatlarida moddiy oqimni boshqarish bo‘yicha barcha vazifalar majmuini o‘z ichiga oladi. Bunda tayyor mahsulotni iste‘molchigacha harakati jarayonida yechiladigan moddiy oqimlar boshqaruvi vazifalari asosiy o‘rinni egallaydi.

Taqsimot logistikasi vazifalarini yechish jarayonida quyidagi savollarga javob topish lozim:

-qaysi kanal bo‘yicha mahsulotni iste‘molchiga yetkazish;

-mahsulotni qanday qadoqlash;

-logistikaga omborlar tarmog‘i kerakmi, agarda kerak bo‘lsa, qanday, qancha va qaerda;

-xizmat ko‘rsatishning qaysi darajasini ta‘minlash, va boshqa qator masalalar.

Mikro va makro darajadagi logistik taqsimot vazifalari tarkibi har xil. Korxonada darajasida, ya‘ni mikro darajada logistika quyidagi vazifalarni o‘z oldiga qo‘yadi⁶:

-realizatsiya jarayonini rejalashtirish;

-buyurtma qabul qilishni va qayta ishlashni tashkil etish;

-qadoq turini tanlash, butlash haqida qaror qabul qilish, va yuklashdan oldingi boshqa operatsiyalar bajarilishini ta‘minlash;

-mahsulot yuklashni tashkil etish;

-yetkazib berishni tashkil etish va tashishni nazorat qilish;

-realizatsiyadan keyingi xizmat ko‘rsatishni tashkil etish.

Makro darajadagi logistika vazifalari quyidagilar:

-moddiy oqimni taqsimlash chizmasini tanlash;

-xizmat ko‘rsatiladigan hududdagi taqsimot markazlarning (omborlarning) optimal miqdorini aniqlash;

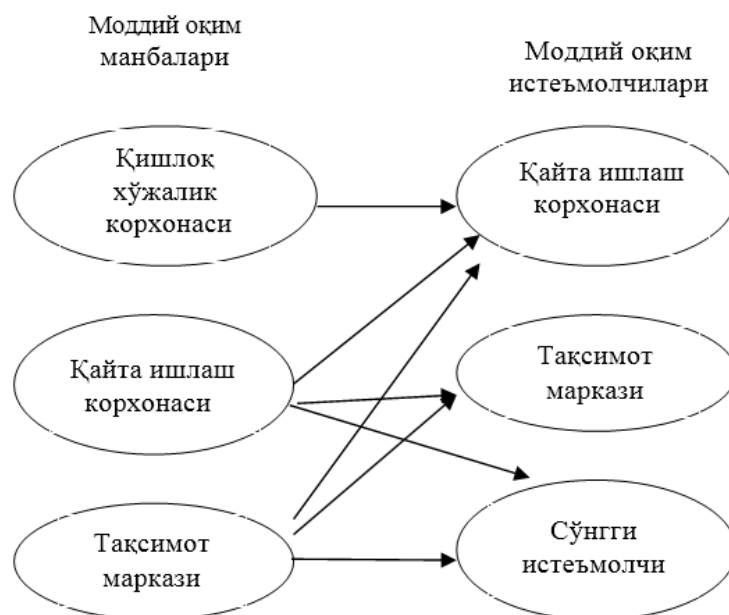
-xizmat ko‘rsatiladigan hududda taqsimot markazi (ombor) joylashuvining optimal joyini aniqlash, hamda moddiy oqimni tuman, viloyat, mamlakat hududidan o‘tish jarayonining boshqaruvi bilan bog‘liq boshqa qator vazifalar.

Moddiy oqim xom - ashyo manbaidan, yoki ishlab chiqarishdan, yoki taqsimot markazidan chiqib, ishlab chiqarishga, taqsimot markaziga yoki oxirigi iste‘molchiga borib tushadi (15-rasm).

Barcha xollarda moddiy oqim iste‘molga borib tushadi, u esa ishlab chiqarish yoki ishlab chiqarish bo‘lmasligi mumkin.

Ishlab chiqarish iste‘moli – bu jamiyat mahsulotini ishlab chiqarish ehtiyojlarida, mehnat vositasi yoki predmeti (buyumi) sifatida joriy ishlatilishidir. Noishlab chiqarish iste‘moli – bu jamiyat mahsulotini noishlab chiqarish sohalarining korxonada va muassasalaridagi shaxsiy yoki aholi iste‘moliga joriy ishlatilishidir.

⁶ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.



15-Rasm. Moddiy oqimni iste'mol tizimiga tushish variantlari

Moddiy oqimning logistika chegaralarida harakatlanishining barcha bosqichlarida uni ishlab chiqarish iste'moli sodir bo'ladi. Logistik zanjirni yakunlovchi so'nggi bosqichdagina, moddiy oqim noishlab chiqarish iste'moli sohasiga tushadi.

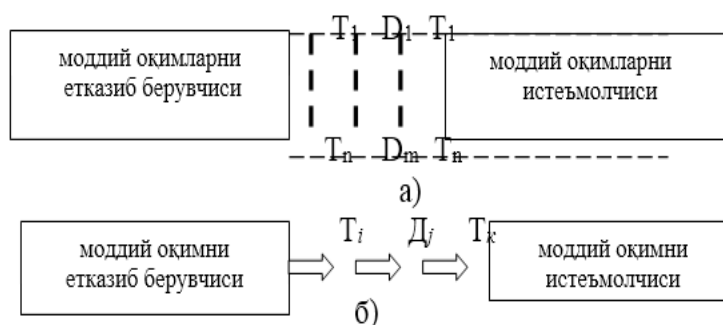
Logistik zanjir ishlab chiqarish iste'moli bilan yakunlanishi xam mumkin. Masalan: mehnat qurollari oqimi, zavodda ishlab chiqarilgan traktorlar keyinchalik yana ishlab chiqarishda «iste'mol» qilinadi. Shuningdek, ishlab chiqarish iste'moliga, moddiy oqimlarning taqsimot markazidagi shakllanishi jarayoni ham kiradi. Bu yerda saralash, qadoqlab yuk partiyalarini shakllantirish, saqlash, butlash kabi operatsiyalar amalga oshiriladi. Bu operatsiyalar majmui aylanish sohasidagi ishlab chiqarish jarayonini tashkil etadi.

Harakatlanishning barcha bosqichlarida, moddiy oqim logistik jarayon ishtirokchilarining mehnat predmeti sifatida xizmat qiladi. Ishlab chiqarish texnik maqsadlarda ishlatiladigan mahsulot harakati bosqichida bu qayta ishlanmagan xom-ashyo materiallari, yarim tayyor mahsulotlar, butlovchi qismlar va boshqalar bo'lishi mumkin. Tovar harakati bosqichida moddiy oqim tayyor istemol mollari harakatidan iborat bo'ladi.

Umumiy holda, moddiy oqimlarning yetkazib beruvchisi va iste'molchisi ikkita mikrologistik tizim sifatida nomoyon bo'ladi, ular logistik kanal, yoki boshqacha qilib aytganda taqsimot kanali bilan o'zaro bog'langanlar. **Logistik kanal** –bu moddiy oqimni muayyan ishlab chiqarishdan uning iste'molchisigacha yetkazishni amalga oshiruvchi, qisman tartibga solingan har xil vositalar ko'pligidir.

Moddiy oqimni yetkazib beruvchidan iste'molchigacha bo'lgan harakati jarayonining muayyan ishtirokchilari tanlanmaguncha bu ko'plik qisman tartibga solingan bo'lib qolaveradi. Bundan keyin esa logistik kanal logistik zanjirga aylanadi (16-rasm). Masalan mahsulotni vositachi firma orqali realizatsiya qilish xaqida qaror qabul qilinganligi, bu iste'molchi bilan bevosita ishlashni rad etib, taqsimot kanalini tanlashdir. Muayyan vositachi firmasini, muayyan tashuvchini,

muayyan sug'urta korxonasini tanlash esa – bu logistik zanjirni tanlashdir. **Logistik zanjir** – bu tashqi moddiy oqimni bir logistik tizimdan ikkinchisigacha yetkazish bo'yicha logistik operatsiyalarni amalga oshiruvchi, logistik jarayon ishtirokchilarining chiziqli tartibga solingan ko'pligidir.



shartli belgilashlar:

$T_1...T_n$ – tovarlarni yetkazish bo'yicha xizmatlar majmuini ko'rsatuvchi, transport-yekspeditsion firmalar ko'pligi;

$D_1...D_n$ -distribyuterlar ko'pligi;

16-Rasm. Logistik kanalning logistik zanjirga o'tishi

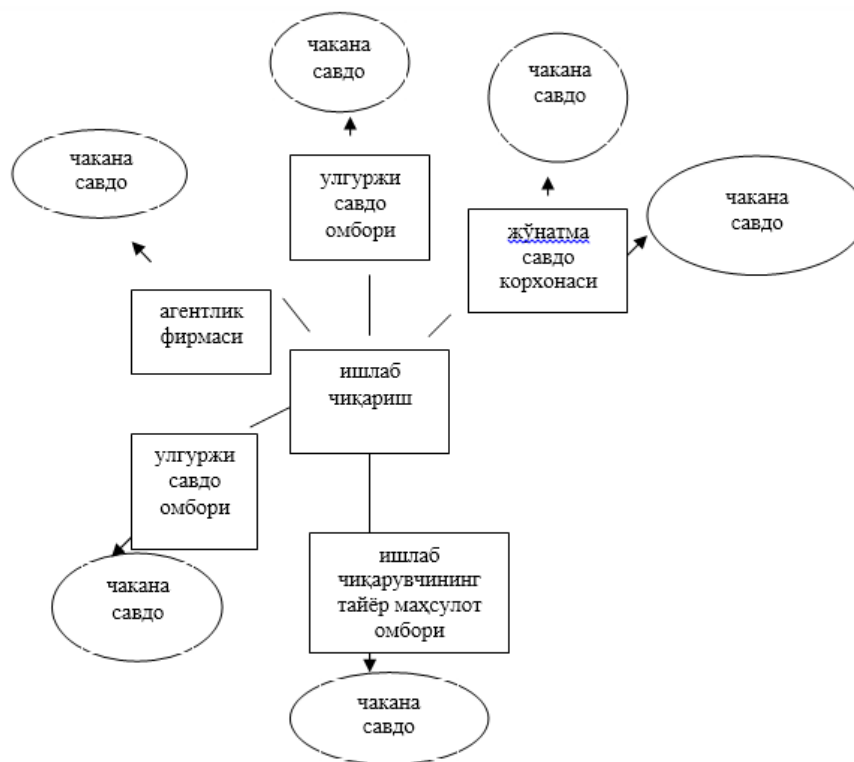
Iste'mol mollari taqsimot kanallarining ayrim variantlari 8.4-rasmda keltirilgan.

Makro logistika darajasida, logistik kanallar va logistik zanjirlar bu makro logistik tizimlar orasidagi aloqalardir. Makrologistik tizimning turiga bog'liq holda taqsimot kanallari har xil ko'rinishga egadirlar. To'g'ri aloqalarga ega bo'lgan logistik tizimlarda taqsimot kanallari hech qanday ulgurji – vositachi firmalarga ega emas. Egiluvchan tizimlarda esa bunday vositachilar mavjud.

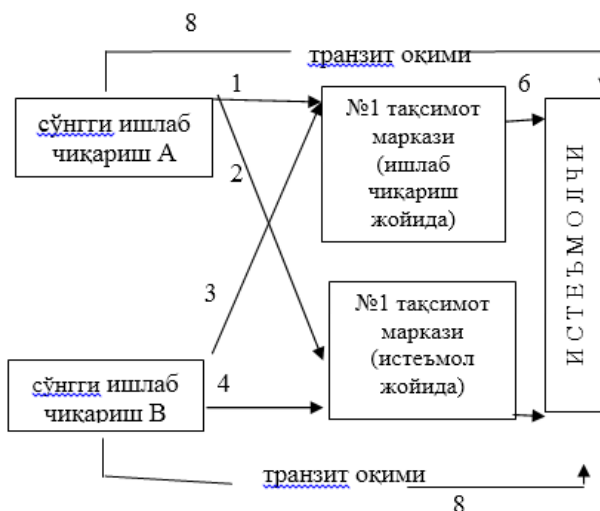
Taqsimot kanalini tanlashda, tovar harakati shaklini – tranzit yoki ombor – tanlash amalga oshiriladi. Logistik zanjir tanlanganda – muayyan distribyutor, tashuvchi, sug'urtalovchi, ekspeditor, bankir va hokazolar tanlovi amalga oshiriladi. Bunda turli xil ekspert baholari uslubiyotlari, operatsiyalarni tekshirish uslubiyotlari va boshqalar ishlatilishi mumkin.

Logistik kanalni tanlash imkoniyati, logistik jarayonlar samaradorligi oshishini muhim rezervi (zaxirasi) hisoblanadi.

Taqsimot kanallarini ko'rib chiqamiz, ular bo'yicha tovarlar so'nggi ishlab chiqarishdan taqsimot markazlari orqali oxirgi iste'molchiga borib tushadilar (17-rasm).



17-Rasm. Iste'mol mollari taqsimoti kanallarining turli xil variantlari



18-Rasm. Iste'mol mollarini taqsimot kanallarining tuzilmaviy chizmasi

Ikkinchi yoʻnalish 1-6 aynan shu sabablarga koʻra noqulay. №1 taqsimot markazi ishlab chiqarish toʻplangan joyda joylashgan, va, odatda, bir xil tovarning katta hajmlarini olib-sotadi. Vositachilarning bu turi ham keng assortimentni shakllantirmaydi. Keng assortimentni, isteʼmol toʻplangan joyda joylashgan, ulgurji savdo bilan shugʻullanuvchi №2 taqsimot markazi shakllantiradi. Bu vositachi, isteʼmolchiga maksimal xizmat koʻrsatishga ixtisoslashgan. Shunday qilib, 1-7-5 kanali isteʼmolchiga eng yaxshi xizmat koʻrsatilishini taʼminlaydi, lekin oʻz ichiga ikkita vositachini ham oladi, yaʼni tovar narxi ham eng yuqori boʻladi.

Nazorat savollari

1. Taqsimlash logistikasi tushunchasi.
2. Taqsimlash logistikasi vazifalari.
3. Logistik kanallar va logistik zanjirlar.
4. Taqsimlash kanallari qanday guruhlarga bo‘linadi?
5. Taqsimlash kanallarida vositachilari turlari va ularning tasnif belgilari.
6. Taqsimlash logistikasida foydalaniladigan axborot tasnifi.
7. Logistika va marketingning o‘zaro bog‘liqligi.
8. Logistikada marketing qanday vazifalarni bajaradi?
9. Logistikada taqsimlash kanalarining qanday turlari mavjud?

QISHLOQ XO‘JALIGI LOGISTIKASIDA ZAHIRALAR

Reja:

- 1. Moddiy zaxira tushunchasi.**
- 2. Zaxiralar hosil qilishning mohiyati.**
- 3. Zaxiralarning asosiy turlari.**
- 4. Zaxira o‘lchamlarini aniqlash.**

1. Moddiy zaxira tushunchasi.

Moddiy zaxira tushunchasi logistikaning asosiy tushunchalaridan biridir. Tabiatdan olingan xom-ashyo, oxirgi iste’molchiga tayyor mahsulot ko‘rinishida yetib borgunga qadar, harakatlanadi, boshqa materiallar bilan birikadi va ishlab chiqarishda qayota ishlanadi. Moddiy zanjir bo‘ylab harakatlanayotgan xom-ashyo (keyinchalik esa yarim tayyor va tayyor mahsulotlar ham) u yoki bu ishlab chiqarish yoki logistik operatsiyaga kirish navbatini kutib to‘xtalib turadi.

Moddiy zaxiralar – bu ishlab chiqarish va muomalaning turli bosqichlarida turgan, shaxsiy yoki ishlab chiqarish iste’moli jarayoniga kirishishni kutayotgan, ishlab chiqarish – texnik maqsadda, aholi iste’molida va boshqalarda ishlatiladigan tovarlardir.

Agarda, birlamchi xom-ashyoni aholi iste’moli mollariga aylanishini va uni harakatlanishini ta’minlovchi ishtirokchilarning butun zanjiri yagona mexanik konveer kabi ishlaganda, kutish vaqtini deyarli nolga tushirish mumkin bo‘lar edi. Ammo hayotda bunday kutishlarsiz bo‘lmaydi.

Zaxiralarni yaratish doimo xarajatlar bilan bog‘liq. Zaxiralarni yaratish va saqlash bilan bog‘liq bo‘lgan, xarajatlarning asosiy turlarini sanab o‘tamiz:

- «muzlatib qo‘yilgan» moliyaviy mablag‘lar;
- maxsus jihozlangan xonalarga bo‘lgan xarajatlar;
- maxsus xodimlarning ish xaqi;
- nosozliklar, o‘g‘irliklarning doimiy xavfi;

Zaxiralar mavjudligi – bu xarajatlardir. Ammo zaxiralar yo‘qligi – bu ham xarajat, faqatgina ular turli xildagi yo‘qotishlar ko‘rinishida bo‘ladilar. Zaxiralar

yoʻqligi bilan yuzaga keladigan yoʻqotishlarning asosiy turlariga quyidagilar kiradi:

- ishlab chiqarishdagi toʻxtalishlardan boʻlgan yoʻqotishlar;
- talab qilingan vaqtda omborda tovar boʻlmaganidan yuzaga kelgan yoʻqotishlar;
- tovarlarning kichik partiyalarini yuqori bahodan sotib olgandan yuzaga kelgan yoʻqotishlar.

Zaxiralar mavjudligi muayyan xarajatlar bilan bogʻliq boʻlishiga qaramay, ishbilarmonlar ularni yaratishga majburdirlar, chunki zaxiralar yoʻqligi undan kattaroq foydani yoʻqotishga olib kelishi mumkin.

Zaxiralarni ratsional boshqaruvi, zaxiralarga boʻlgan minimal xarajatlarda, ishlab chiqarish va savdo jarayonining uzluksizligini taʼminlashga imkon beradi.

Ishbilarmonlar moddiy zaxiralarni yaratayotganda tayanadigan asosiy omillar quyidagilar.

Talabning oʻzgarish ehtimoli (chiquvchi moddiy oqim intensivligini bashorat qilib boʻlmaydigan pasayishi). Tovarga boʻlgan talab oʻzgarib turadi, va uni oʻzgarishini har doim ham oldindan bilib boʻlmaydi. Shuning uchun, agarda yetarlicha zaxiraga ega boʻlmasa toʻlov qobiliyatiga ega boʻlgan talab qondirilmasligi mumkin, yaʼni ishbilarmonda tovar boʻlmagandan keyin mijozning puli oʻzida qolib u xaridsiz ketib qoladi.

Tovarlarning ayrim turlariga boʻlgan talabni mavsumiy oʻzgarishi. Bu ayniqsa qishloq xoʻjaligi mahsulotlariga tegishlidir. Masalan, Oʻzbekistonda kartoshka hosili yigʻiladi. Ammo kartoshka oqimlari tovar oʻtkazuvchi zanjirlar (bozorlar, doʻkonlar) boʻylab yil davomida harakatlanadi. Demak, qaerdadir zaxira yigʻilishi lozim boʻladi.

Tovarlarning yirik partiyalarini xarid qilganlarga beriladigan chegirmalar ham zaxiralar yaratishning sababchisi boʻlishi mumkin (ayrim yurtdoshlarimiz aynan shu sababli uylarida oziq-ovqatlarning nisbatan katta zaxiralarini saqlaydilar).

Mahsulotlarni olib-sotish. Ayrim tovarlarning narxi keskin oshib ketishi mumkin. Bu oshishni oldindan koʻra bilgan korxonalar, bozor narxini oʻzgarishi hisobiga foyda olishni koʻzlab zaxira yaratadi.

Buyurtmani joylashtirish va yetkazib berish bilan bogʻliq boʻlgan xarajatlarning kamayishi.

Har bir yangi buyurtmani rasmiylashtirish va yetkazish jarayoni qator xarajatlar bilan kuzatiladi:

- maʼmuriy xarajatlar: yetkazib beruvchini izlash, u bilan muzokaralar olib borish, xizmat safarlari, shaharlararo telefonda soʻzlashuvlar va hokazolar;

- buyurtmani tashishga boʻlgan xarajatlar;

Bu xarajatlarni, buyurtmalar miqdorini kamaytirgan xolda, pasaytirish mumkin. Bu esa buyuriladigan partiya hajmini oshishiga, va zaxira koʻpayishiga olib keladi.

Yetkazishlarning belgilangan grafisini buzilish ehtimoli (kiruvchi moddiy oqim intensivligini bashorat qilib boʻlmaydigan pasayishi). Bunday holda, savdo jarayoni toʻxtab qolmasligi uchun, zaxiralar zarur boʻladi. Bu ayniqsa korxonalar daromadini shakllantirishda asosiy rol oʻynaydigan tovarlar uchun muhimdir.

Ishlab chiqarishda esa, jarayonlarning rejalashtirilmagan toʻxtab qolishi, ishlab

chiqarishning uzluksiz sikliga ega bo'lgan korxonalar uchun ayniqsa xavflidir.

Mahsulot birligini ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirish. Mahsulotlarni talab paydo bo'lgan sari kichik partiyalar bilan ishlab chiqarish mumkin. Unda zaxiralar kichik bo'ladi, ammo bir birlik mahsulot tannarxi oshadi. Ikkinchi variant – bitta katta partiya ishlab chiqarish va tayyor mahsulotni zaxirada saqlab turish. Bunday holda, zaxira oshgan taqdirda ham, bir birlik mahsulot tannarxi pasayishi mumkin.

Ishlab chiqarish va taqsimot operatsiyalarini bir tekisda amalga oshirish imkoniyati. Faoliyatning bu ikkita turi o'zaro bog'langan bo'ladi: ishlab chiqarilgan narsagina taqsimlanishi mumkin. Zaxiralar yo'qligida, taqsimot tizimidagi moddiy oqimlar intensivligi ishlab chiqarish intensivligini o'zgarishlariga muvofiq ravishda o'zgarib turadi. Taqsimot tizimida zaxiralarning mavjudligi, ishlab chiqarishdagi vaziyatdan qat'iy nazar, realizatsiya jarayonini yanada tekisroq amalga oshirishga imkon beradi.

O'z navbatida, ishlab chiqarish zaxiralarning mavjudligi, xom-ashyo yetkazishdagi o'zgarib turishlarni tekislab, ishlab chiqarish jarayonining bir tekisligini ta'minlaydi.

Xaridorga tezda xizmat ko'rsatish imkoniyati. Xaridor buyurtmasini quyidagi usullarning biri bilan bajarish mumkin:

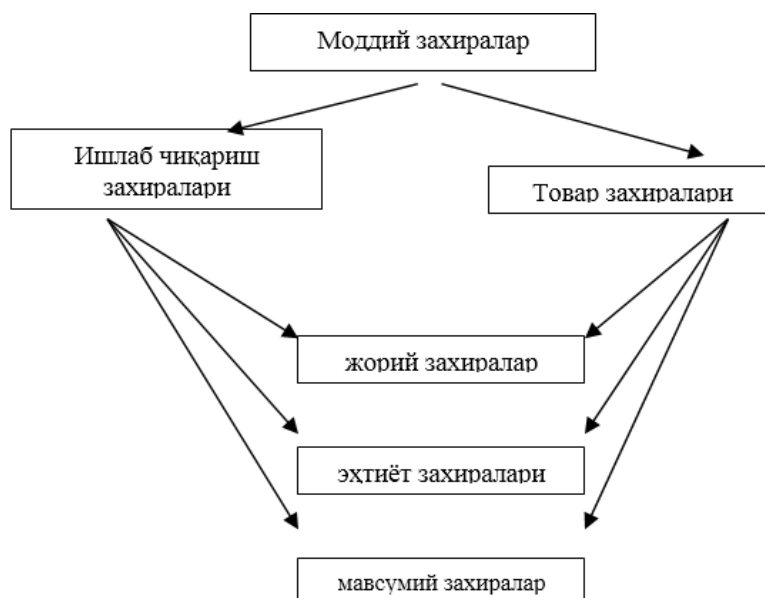
- buyurilgan tovarni ishlab chiqarish;
- buyurilgan tovarni sotib olish;
- buyurilgan tovarni mavjud zaxiradan tezda olib berish;

Oxirgi usul, odatda, eng qimmat bo'ladi, chunki u zaxiralarni saqlashni talab etadi. Ammo raqobat muxitida aynan ushbu omil hal qiluvchi bo'lishi mumkin.

Yehtiyot qismlar bo'lmaganligi uchun yuzaga keladigan ishlab chiqarishdagi to'xtashlarni kamaytirish. Asbob-uskunalarini ishdan chiqishi, ehtiyot qismlarning zaxirasi bo'lmagan taqdirda, ishlab chiqarish jarayonining to'xtab qolishiga olib kelishi mumkin. Bu ayniqsa uzluksiz ishlab chiqarish jarayoniga ega bo'lgan korxonalar uchun muhimdir, chunki ishlab chiqarishning to'xtab qolishi ular uchun qimmatga tushishi mumkin.

Ishlab chiqarishni boshqarish jarayonining soddalashuvi. Bunda korxonada ichidagi ishlab chiqarish jarayonining turli bosqichlarida yarim tayyor mahsulotlar zaxiralarni yaratish tushuniladi. Ushbu zaxiralarning mavjudligi har xil uchashtalardagi ishlab chiqarish jarayonlarining o'zaro kelishuvchanligiga bo'lgan talablarni pasaytirish imkonini beradi.

Yuqorida qayd etilgan tamoyillarda ta'kidlanishicha ishlab chiqarish, savdo va boshqa sohalarida ham zaxiralarni yaratish maqsadga muvofiqdir, aks holda xarajatlar oshib ketadi. Shu bilan birga zaxiralarning optimal kattaligini topish ham muhim ahamiyat kasb etadi.



19-Rasm. Moddiy zaxiralarning asosiy turlari

Jarayonlarni logistik tarzda tashkil etilishi, zaxiralar darajasini oshirmasdan bir birlik mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan xarajatlarni kamaytirishga, extiyot qismlarining yo‘qligi sababli, ishlab chiqarishda yuzaga kelgan to‘xtashlarni minimallashtirishga, va zaxiralarning qator boshqa funksiyalarini amalga oshirishga imkon beradi.

Ta’kidlab o‘tilganidek, zaxira tushunchasi moddiy ishlab chiqarishning barcha sohalariga tegishlidir. Chunki moddiy oqim xom-ashyo manбайдan so‘nggi iste’molchigacha bo‘lgan «zanjirni» istalgan bo‘g‘inida zaxira ko‘rinishida to‘planishi mumkin. Har bir bo‘g‘indagi zaxiralarni boshqarish esa o‘z xususiyatlariga egadir.

Yuqorida tilga olingan «zanjir» bo‘ylab harakatlanish chog‘ida zaxiralarning 2ta asosiy turi yaratiladi (9.1-rasm)⁷:

-ishlab chiqarish zaxiralari;

-tovar zaxiralari;

O‘z navbatida ularning har biri ham uchta turga bo‘linadi:

-joriy zaxiralar;

-yehtiyot zaxiralar;

-mavsumiy zaxiralar;

Ishlab chiqarish zaxiralari – bu ishlab chiqarish iste’moli uchun mo‘ljallangan, moddiy ishlab chiqarishning barcha tarmoqlari korxonalarida mavjud bo‘lgan zaxiralardir. Bu zaxirani yaratishdan maqsad – ishlab chiqarish jarayonini uzluksizligini ta’minlashdir. Misol tariqasida qishloq xo‘jalik mahsulotlarini qayta ishlash korxonasidagi ushbu mahsulotlar zaxirasini keltirish mumkin.

Tovar zaxiralari – bu ishlab chiqaruvchi korxonalaridagi tayyor mahsulot zaxiralari, va shuningdek yetkazib beruvchidan iste’molchiga qadar bo‘lgan yo‘ldagi zaxiralardir (ulgurji va chakana savdo korxonalaridagi).

Tovar zaxiralari o‘z navbatida ishlab chiqarish vositalarining tovar zaxiralari

⁷ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

va iste'mol buyumlarining tovar zaxiralariga bo'linadi. Masalan, traktor ishlab chiqarish uchun lozim bo'lgan qismlar (shina, motor va x.) zaxirasi bu ishlab chiqarish vositalari tovar zaxirasidir. Turli xil sharbatlar, yog', sut mahsulotlarining zaxirasi esa bu iste'mol buyumlarining tovar zaxiralariga kiradi.

Aytib o'tilganidek ishlab chiqarish zaxiralari ham joriy, ehtiyot va mavsumiylarga bo'linadi.

Joriy zaxiralar – ishlab chiqarish va tovar zaxiralarining asosiy qismini tashkil etadi. Zaxiralarning bu kategoriyasi, keyingi yetkazishlargacha bo'lgan davr ichida ishlab chiqarish yoki savdo jarayonining uzluksizligini ta'minlaydi. Joriy zaxiralar hajmi doimo o'zgarib turadi.

Yehtiyot zaxiralari – turli xil ko'zda tutilmagan hollarda ishlab chiqarish yoki savdo jarayonini uzluksizligini ta'minlash uchun mo'ljallanganidir. Bunday hollarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- yetkazishlar davriyligi va kattaligi shartnomadagidan farq qilishi;
- materiallar va tovarlarning turli sabablar bilan yo'lda to'xtab qolishi;
- talabni kutilmagan oshib ketishi;

Shunday qilib, ehtiyot zaxiralari yaxshi rivojlanmagan xo'jalik munosabatlari va noto'g'ri bashoratlardan o'zini asrash uchun yaratiladi.

Yehtiyot zaxiralarining hajmi, odatda, o'zgarmas bo'ladi.

Mavsumiy zaxiralar – ishlab chiqarish, iste'mol yoki tashish mavsumiy xususiyatga ega bo'lganda paydo bo'ladilar. Bu ayniqsa qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish, qayta ishlash va tashish uchun ayniqsa muhimdir. Misol tariqasida yig'im-terim mavsumida yoqilg'i iste'molini keltirish mumkin. +ishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining mavsumiyligini hisobga olgan holda unga tegishli deyarli barcha zaxiralar mavsumiy deb hisoblanishlari mumkin.

Bundan tashqari moddiy zaxiralarning quyidagi turlari mavjud:

- o'tuvchi;
- tayyorgarlikli;
- nolikvid;
- yo'ldagi zaxiralar va b.

O'tuvchi zaxiralarga hisob davrining oxiridagi moddiy vositalar resurslarining qoldiqlari kiradi. Zaxiralarning ushbu turi hisob davridan keyingi davrdagi yetkazishgacha bo'lgan vaqt ichida uzluksizlikni ta'minlash uchun xizmat qiladi.

Tayyorgarlikli zaxiralar – bu ishlab chiqarish jarayonida ishlatishdan oldin qo'shimcha tayyorgarlikni talab qiluvchi ishlab chiqarish zaxiralarining bir qismidir.

Nolikvid zaxiralar – bu uzoq vaqt davomida ishlatilmaydigan ishlab chiqarish yoki tovar zaxiralari. Ular, saqlash jarayonida tovarlar sifatining yomonlashishi, ma'naviy eskirishi munosabati bilan paydo bo'ladilar. Shuningdek bu zaxiralarga, endilikda ishlab chiqarilmaydigan mahsulot uchun mo'ljallangan zaxiralar ham kiradi.

Yo'ldagi zaxiralar – bu hisob vaqtida tashilayotgan, ya'ni yo'lda bo'lgan zaxiralardir. Zaxiralarni yo'ldagi vaqti deganda, transportga ortilganidan to manzilgacha yetib kelishi uchun sarflangan vaqt tushuniladi. Bu ko'rsatkich shartnomada kelishilgan, hamda turli transportlar uchun mavjud me'yorlar bo'yicha belgilanadi.

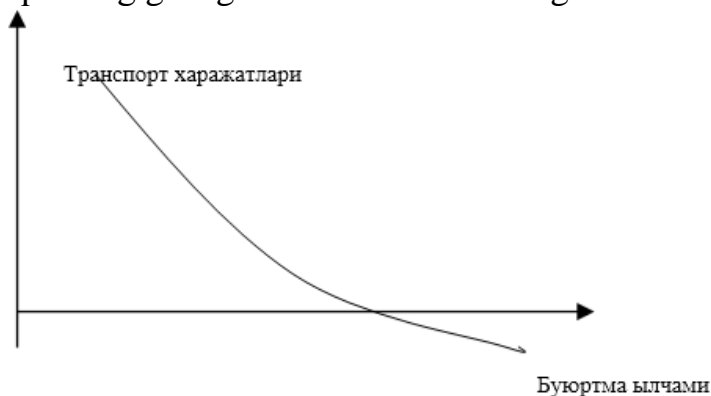
1. Buyurtma qilinadigan partiyaning optimal o'lchamini aniqlash.

Zaxiralarni to'ldirish tizimi tanlangandan so'ng, buyurtma kattaligini va takrorlanish vaqtini miqdoran aniqlash lozim bo'ladi.

Buyurtmaning optimal kattaligi va chastotasi quyidagi omillarga bog'liq bo'ladi:

- talab hajmi;
- transport-tayyorlov xarajatlari;
- zaxirani saqlashga bo'lgan xarajatlar.

Buyurtma o'lchami oshganda transport-tayyorlov xarajatlari kamayadi, chunki tovarlarni sotib olish va tashish katta partiyalarda, va demak kamroq amalga oshiriladi. Bu bog'liqlikning grafigi 20-rasmda tasvirlangan.



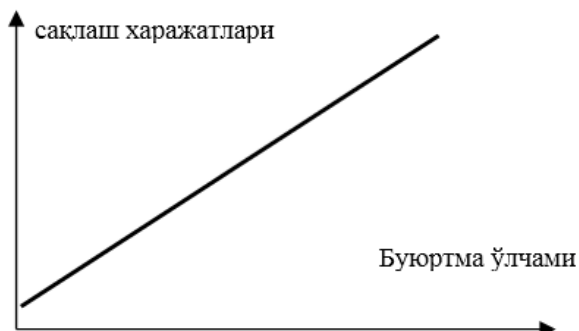
20-Rasm. Transport-tayyorlov xarajatlarini buyurtma o'lchamiga bog'liqligi

Optimallik mezoni sifatida transport-tayyorlov va saqlashga bo'lgan xarajatlar summasining minimumi olinadi.

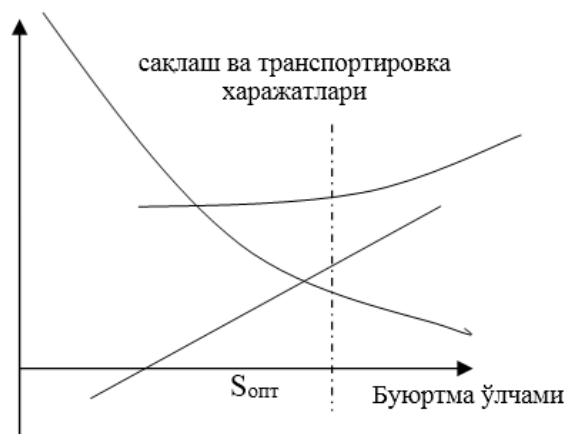
Ushbu ikkala xarajatlar ham buyurtma o'lchamiga bog'liq, ammo ularning bog'liqlik darajalari turlicha.

Saqlashga bo'lgan xarajatlar esa buyurtma o'lchamiga to'g'ri proporsionaldir. Bu bog'liqlikning grafigi 21 rasmda keltirilgan.

Yuqoridagi ikkita grafikni qo'shib, transport-tayyorlov va saqlash xarajatlarini buyurtma o'lchamiga bog'liqligini aks ettiruvchi egri chiziqqa ega bo'lamiz. Ko'rib turganimizdek bu egri chiziq minimum nuqtasiga ega, aynan shu nuqtada xarajatlar yig'indisi minimumga teng bo'ladi. Ushbu nuqtaning absissasi esa buyurtmaning optimal o'lchami qiymatini aks ettiradi.



21-Rasm. Zaxiralarni saqlashga bo'lgan xarajatlarni buyurtma o'lchamiga bog'liqligi



22-Rasm. Transport-tayyorlov va saqlash xarajatlari summasini buyurtma o'lchamiga bog'liqligi

S_{opt} – buyurtmaning optimal o'lchami.

Buyurtmaning optimal o'lchamini aniqlash masalasi analitik usul bilan ham yechilishi mumkin. Buning uchun transport-tayyorlov va saqlash xarajatlari summasini aks ettiruvchi funksiyani minimumga intilishi shartlarini aniqlash lozim, ya'ni⁸:

$$S_{um.} = S_{saq.} + S_{tr.} \quad \min \quad (7.1)$$

bu yerda:

$S_{um.}$ – tashish va saqlashga bo'lgan umumiy xarajatlar;

$S_{saq.}$ – zaxirani saqlashga bo'lgan xarajatlar;

$S_{tr.}$ – transport-tayyorlov xarajatlari;

Tasavvur qilaylik, aniq bir davr ichidagi aylanma kattaligi Q_{ni} tashkil etsin. Bitta buyuriladigan va yetkaziladigan partiyaning o'lchami S . Oldingi partiya tugab bo'lgandan so'nggina keyingisi olib kelinadi. Unda zaxiraning o'rtacha qiymati $S/2$ ga teng bo'ladi.

Zaxirani saqlash uchun (M) tarifni kiritamiz. M - T davr ichidagi saqlash xarajatlarini o'sha davrdagi o'rtacha zaxira qiymatidagi ulushi bilan o'lchanadi. Masalan, $Mq0,1$ bo'lsa, demak zaxirani saqlash bo'yicha xarajatlar, uning o'rtacha qiymatini 10%ni tashkil etadi. Shuningdek, bir birlik tovarni saqlash xarajatlari ham, uning qiymatini 10%ni tashkil etadi.

Yendi T davr ichida tovarlarni saqlashga bo'lgan xarajatlarni hisoblash mumkin:

$$C_{cak} = M \cdot \frac{S}{2} \quad (7.2)$$

T davr ichidagi transport-tayyorlov xarajatlarining o'lchami, buyurtmalar sonini, bitta buyurtmani olib kelish bilan bog'liq xarajatlarga ko'paytmasi bilan aniqlanadi.

$$C_{tp} = K \cdot \frac{Q}{S} \quad (7.3)$$

bunda:

⁸ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

K–bitta buyurtmaga bo‘lgan transport-tayyorlov xarajatlari;
 Q/S- T davrdagi buyurtmalar miqdori;
 Olingan ifodalarni joy-joyiga qo‘yib chiqib, olib kelinadigan partiyaning optimal o‘lchamini topamiz. ($S_{opt.}$)

$$S_{um.} = S_{saq.} + S_{tr.} \quad \min$$

$$C_{yummy} = M \cdot \frac{S}{2} + K \cdot \frac{Q}{S} \quad (7.4)$$

$S_{um.}$, uning S bo‘yicha birinchi hosilasi nolga teng, ikkinchisi esa noldan katta bo‘lgan nuqtada, minimumga erishadi. Birinchi xosilani topamiz:

$$C'_{ym} = \left(\frac{M}{2} - K \cdot \frac{Q}{S^2} \right)', \quad (7.5)$$

$$C'_{ym} = \frac{M}{2} - K \cdot \frac{Q}{S^2} \quad (9.6)$$

Maqsadli funksiya hosilasini nolga olib keluvchi Sning qiymatini topamiz:

$$\frac{M}{2} - K \cdot \frac{Q}{S_{opt}^2} = 0, \quad (7.7)$$

bundan

$$S_{onm} = \sqrt{\frac{2 \cdot K \cdot Q}{M}} \quad (7.8)$$

Tekshiruv, ikkinchi hosilani noldan katta ekanligini ko‘rsatadi. Demak, topilgan $S_{opt.}$ yetkazish va saqlashga bo‘lgan xarajatlar summasini minimumini ta’minlaydi.

Buyurtmaning optimal o‘lchamini hisoblashga imkon beruvchi ushbu formula, zaxiralarni boshqarish nazariyasida *Uilson* formulasi deb nomlanadi. [Gadjinskiy]

Buyurtmaning optimal o‘lchamini hisoblashga doir misolni ko‘rib chiqamiz. Boshlang‘ich ma’lumotlar sifatida quyidagi kattaliklarni olamiz.

Bir birlik tovar qiymati – 40 so‘m (0,04 ming so‘m)

Berilgan tovar pozitsiyasi bo‘yicha omborning oylik aylanmasi (oboroti):

$Q' = 500$ birlik/oy, yoki $Q = 20$ ming so‘m/oy

Tovarni saqlash xarajatlari, uning qiymatini 10% ga teng, ya’ni $M=0,1$.

Bitta buyurtmani joylashtirish va yetkazish bilan bog‘liq transport-tayyorlov xarajatlari: $Kq0,25$ ming so‘m

Bunda yetkazilayotgan buyurtmaning optimal o‘lchami:

$$S_{onm} = \sqrt{\frac{2 \cdot 20 \cdot 0,25}{0,1}} = 10 \quad \text{ming.so‘m}$$

Agarda aylanma (oborot) hajmini natural birliklarda ifodalaganda, hisob boshqacha shaklga ega bo‘ladi:

$$S_{onm} = \sqrt{\frac{2 \cdot Q' \cdot K}{M \cdot P}} \quad (7.9)$$

bu yerda:

Q' – natural birliklarda ifodalangan aylanma hajmi (bizning misolimizda $Q'=500$ birlik)

R – bir birlik tovarning qiymati (bizning misolimizda $R = 0,04$ ming so‘m)

$$S_{onm} = \sqrt{\frac{2 \cdot 500 \cdot 0,25}{0,1 \cdot 0,04}} = 250 \text{ birlik}$$

Ravshanki, tovarni bir oy ichida ikki marotaba yetkazish maqsadga muvofiq bo'ladi: 20 m.s. : 10 m.s. = 2 marta

Bu xolda transport-tayyorlov va saqlash xarajatlari:

$$C_{ymym} = \frac{0,1 \cdot 10}{2} + \frac{0,25 \cdot 20}{10} = 1 \text{ ming so'm}$$

Olingan natijalarni e'tiborga olmaslik, xarajatlarni oshib ketishiga olib keladi. Masalan: 12 ming so'mga teng bo'lgan partiya olib kelinganda (ya'ni S=12)

$$C_{ymym} = 0,1 \cdot \frac{12}{2} + 0,25 \cdot \frac{20}{12} = 1,02 \text{ ming so'm}$$

8 ming so'mga teng bo'lgan partiya olib kelinganda (ya'ni S=8) esa:

$$C_{ymym} = 0,1 \cdot \frac{8}{2} + 0,25 \cdot \frac{20}{8} = 1,025 \text{ ming so'm}$$

Buyuriladigan partiya hajmini aniqlashdagi 20%lik xatolik, bizning misolimizda korxonaning tashish va saqlash bo'yicha oylik xarajatlarini 2% ga oshiradi. Buni depozit jamg'armasining stavkasi bilan tenglashtirish mumkin. Boshqacha qilib aytganda, logistika menedjerining ushbu xatosi, pullarni depozitda «ishlatmasdan», ushlab turgan moliyachi xatosi bilan baravardir.

2. Buyurtmaning optimal o'lchami formulasining qo'llanilishi

Uilson formulasidagi K va M kattaliklarini hisoblash, transport-tayyorlov va saqlash xarajatlari smetalarini tuzish asosida amalga oshiriladi. Ushbu hisoblashlarning har biri bilan tanishib chiqamiz:

1. Bitta buyurtmaga bo'lgan transport-tayyorlov xarajatlari (K kattaligi), o'tgan davrdagi transport-tayyorlov xarajatlarini ushbu davrda qabul qilingan buyurtmalarga nisbati bilan aniqlanadi.

Transport-tayyorlov xarajatlarining smetasi, quyidagi xarajat turlarini o'z ichiga oladi:

K_1 – yetkazish shartnomasini rasmiylashtirish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar, ya'ni xizmat safarlariga, muzokaralar olib borishga va b. bo'lgan xarajatlar;

K_2 – yetkazish jarayonida yukni qo'riqlashga bo'lgan xarajatlar;

K_3 – sug'urta xarajatlari;

K_4 – tashish xarajatlari;

K_5 – buyurtmani joylashtirish va bajarish bilan bog'liq boshqa xarajatlar.

Umumiy transport-tayyorlov xarajatlari quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi⁹:

$$K = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{L} \quad (7.10)$$

bu yerda:

L – belgilangan davrda joylashtirilgan (qabul qilingan) va bajarilgan buyurtmalar miqdori.

2. T davr ichidagi saqlash xarajatlarini, ushbu davrdagi o'rtacha zaxira

⁹ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

qiymatidagi ulushini (M kattaligi) hisoblash ham bir necha moddalarni o'z ichiga oladi:

m_1 -zaxiralar qiymatini to'lash uchun zarur bo'lgan kredit bo'yicha foizlar.
U quyidagi formula bo'yicha topiladi:

$$m_1 = \frac{S}{2} \cdot p \cdot \alpha \quad (7.11)$$

bu yerda:

S_{birlik} - buyurtmaning natural ko'rinishidagi hajmi;

R – bir birlik tovarni sotib olish bahosi, so'm;

α – kredit bo'yicha o'rtacha foiz stavkasi;

m_2 – zaxiralarni saqlash bilan bog'liq xodimlarning ish xaqi;

m_3 – zaxiralarni saqlashda ishlatiladigan binolar va uskunalar amortizatsiyasi;

m_4 – ma'muriy xarajatlar va kommunal xizmatlar;

m_5 - qo'riqlash, yo'qotishlar va zaxiralarni saqlash bilan bog'liq boshqa joriy xarajatlar;

M kattaligi, ya'ni T davrdagi zaxiralarni saqlash xarajatlarning ushbu davrdagi o'rtacha zaxira qiymatidagi ulushi, quyidagi formula bo'yicha topiladi:

$$M = \frac{2 \cdot \sum_{i=1} m_i}{S_{\text{birlik}} - P} \quad (7.12)$$

Nazorat savollari

1. Moddiy zaxira tushunchasi.
2. Zaxiralar hosil qilishning mohiyati.
3. Zaxiralarning asosiy turlari.
4. Zaxira o'lchamlarini qanday aniqlanadi.
5. Zaxiralarni boshqarishda ABC va XYZ tahlili.
6. Moddiy zahiralarni tashkil etishning sababi nima?
7. Zahiralarni ularning mo'ljallangan maqsadi bo'yicha tasniflab bering.
8. Ishlab chiqarish-sotish faoliyatida taqchilik tushunchasi nimadan iborat?
9. Zahiralarni darajasini logistik boshqaruvning asosiy samarasi qanday?

QISHLOQ XO'JALIGI LOGISTIKASIDA OMBOR XO'JALIGI

Omborlar, ular to'g'risida tushunchalar va ularning logistikadagi o'rni.

Ishlab chiqarish jarayonlarini loyihalash, xom-ashyo, yarim tayyor va tayyor mahsulotlarni logistik zanjirining u yoki bu bo'g'inida biror vaqtga jamlab turish sharoitida, optimal yechimga ega bo'ladi. Umumiy loyiha, jamlash joyida yukni nima qilish kerakligini ko'rsatib beradi. Balki, kelib tushgan yuk birliklarini qayta shakllantirib, tovarlarni qayta qadoqlab, biror vaqt saqlab, keyinchalik yangi yuk

birliklarini shakllantirib, lozim bo'lgan vaqtda iste'molchiga yetkazib berish talab qilinishi mumkin. Aynan shu maqsadda logistik tizimlarda omborlar tashkil etiladi.

Omborlar – bu kelib tushgan tovarlarni qabul qilish, joylashtirish va saqlash, ularni iste'molga tayyorlash va iste'molchiga uzatish uchun mo'ljallangan binolar, inshootlar va turli xildagi uskunalar majmuidir.

Mahsulot ishlab chiqaruvchiga xom-ashyo va birlamchi materiallarning omborlari lozim bo'ladi. Ularning yordamida ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligi ta'minlanadi. Tayyor mahsulot omborlari sotuv uzluksizligini ta'minlovchi zaxiralarni saqlab turishga imkon beradilar. Savdo omborlarida tayyor mahsulotlar jamlanib o'z iste'molchisini kutib turadilar.

To'g'ri tashkil etilgan logistik tizimni, omborlarsiz tasavvur etib bo'lmaydi.

Logistikada ombor faqatgina logistik jarayon ko'rsatkichlarini yaxshilash mumkin bo'lgan holdagina ishlatiladi. Shunday qilib, omborning asosiy roli bu moddiy oqimni optimallashtirish uchun sharoit yaratishdir.

Logistika, ombor ichidagi jarayonlarni to'g'ri tashkil etilishini, hamda texnik, texnologik va boshqa jarayonlarni iqtisodiy muhit jarayonlari bilan bog'liqligini ta'minlashni o'z oldiga vazifa qilib qo'yadi.

Logistikada omborlarni tovar harakati tizimining unsurlari sifatida, va shu bilan birga, mustaqil tizim sifatida ko'radilar. Bunga muvofiq masalalarning ikkita guruhini ajratadilar:

- tovar harakati tizimini loyihalashda, omborlar bilan bog'liq bo'lgan masalalar;
- omborlar bo'yicha, mustaqil tizim sifatidagi, masalalar.

Omborlar logistik tizimlarning muhim unsurlaridan biri bo'lib hisoblanadilar. Zaxiralarni saqlash uchun maxsus jihozlangan joylarga bo'lgan ob'ektiv zaruriyat moddiy oqim harakatining barcha bosqichlarida kuzatiladi. Turli xildagi omborlar ko'pligini aynan shu bilan izohlash mumkin.

Omborlarning o'lchamlari ham har xil bo'lishi mumkin: kichkina xonalardan to bir necha yuz ming kvadrat metr maydonga ega bo'lgan gigant omborlargacha.

Omborlar yuklarni joylash balandligi bo'yicha ham farqlanadilar. Bir omborlarda yuklar odam bo'yidan baland bo'lmagan joyda saqlansa, ikkinchi bir omborlarda maxsus uskunalar yukni 24m balandlikga joylashtiradilar.

Omborlar tuzilishi (konstruksiya) ham turlicha bo'lishi mumkin: ochiq va yopiq.

Omborlarda, agarda lozim bo'lsa, maxsus harorat, namlik va boshqa sharoitlar yaratilishi mumkin.

Ombor bitta korxonada tovarlarini saqlash uchun mo'ljallangan bo'lishi (individual foydalanish ombori) yoki lizing shartlarida yuridik yoki jismoniy shaxslarga ijaraga beriladigan bo'lishi (jamoaviy foydalanish ombori) mumkin.

Shuningdek omborlar, ombor operatsiyalarini mexanizatsiya darajasi bo'yicha ham farqlanadilar: mexanizatsiya-lashtirilmagan, majmuaviy - mexanizatsiyalashtirilgan, avtomatlashtirilgan, avtomatik.

Omborlarni moddiy oqimning umumiy harakat jarayonidagi joylashish belgisi bo'yicha turkumlanishini mukammalroq ko'rib chiqamiz (28- rasm).



28-Rasm. Омборlarni joylashishi bo'yicha turkumlanishi

Omborlar turkumlanishining muhim belgisi bu yuklarni temir yo'l yoki suv transporti orqali yetkazish va olib chiqish imkoniyatiga ega bo'lishdir. Bunga muvofiq stansiyalardagi yoki portlardagi omborlar (temir yo'l stansiyasi yoki port hududida joylashgan), relsli omborlar (vagonlarni berish va olishga mo'ljallangan relslarga ega) va chuqurdagi omborlar mavjud. Yukni stansiyadan yoki portdan chuqurdagi omborga olib borish uchun avtomobil transportidan foydalaniladi.

Saqlanayotgan yukning assortimentiga qarab, maxsus omborlar, aralash va universal omborlar bo'lishi mumkin.

Ushbu belgi bo'yicha omborlarni ikkita asosiy guruhga bo'lish mumkin:

Ishlab chiqarish – texnik maqsadlarga mo'ljallangan mahsulotlar harakati uchastkasidagi omborlar;

Xalq iste'moli mollari harakati uchastkasidagi omborlar.

1. guruhga kiruvchi omborlar quyidagilar:

-ishlab chiqaruvchi korxonalarining tayyor mahsulot omborlari;

-ishlab chiqarish–texnik maqsadlarga mo'ljallangan mahsulotlarni iste'mol qiluvchi korxonalarining xom-ashyo va birlamchi materiallar omborlari;

-ishlab chiqarish-texnik maqsadlarga mo'ljallangan mahsulotlarni muomala sohasidagi omborlar.

2. guruhga kiruvchi omborlar quyidagilar:

-xalq iste'moli mollari bilan ulgurji savdo qiluvchi korxonalar omborlari:

a) ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarish joyida joylashgan;

b) ushbu mahsulotlarni iste'mol joyida joylashgan.

Moddiy oqimni turli korxonalar omborlaridan o'tishining prinsipial chizmasi 10.2 rasmda keltirilgan.

Omborlarning funksiyalari¹⁰

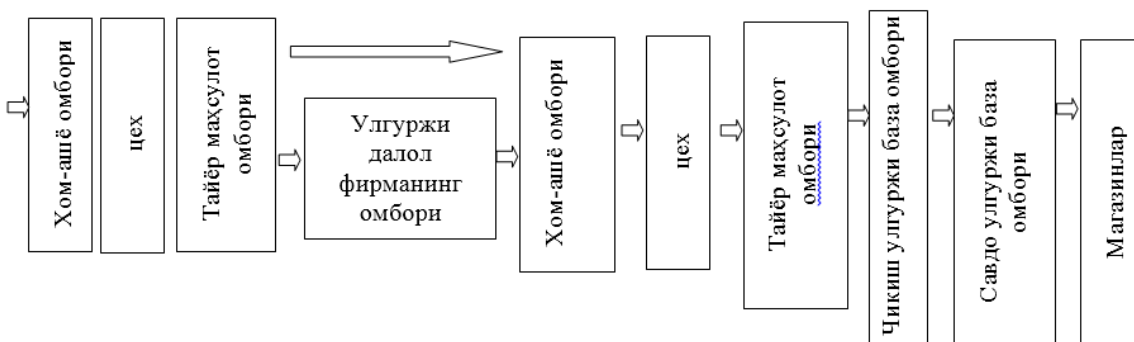
Turli omborlarda bajariladigan ish hajmi taxminan bir xil. Chunki omborlar turli logistik jarayonlarda quyidagi o‘xshash funksiyalarni bajaradilar:

- moddiy zaxiralarni vaqtinchalik joylashishi va saqlanishi;
- moddiy oqimlarni qayta shakllanishi;
- xizmat ko‘rsatish tizimida logistik servisni ta‘minlash.

Har bir ombor kamida uch xil moddiy oqimlarni qayta ishlaydi: kiruvchi, chiquvchi va ichki.

Kiruvchi oqimning mavjudligi transportdagi yukni tushirish, uning miqdori va sifatini tekshirish lozimligini bildiradi. Chiquvchi oqim bo‘lsa yukni ortish, ichkida esa omborlar ichida yukni harakatlantirish nazarda tutiladi.

Moddiy zaxiralarni vaqtinchalik saqlash funksiyasini amalga oshirilishi, yuklarni saqlashga joylashtirish, saqlash uchun zaruriy sharoitlarni ta‘minlash, saqlash joylaridan yuklarni olish bo‘yicha ishlarni bajarish zaruriyatini bildiradi.



29-rasm. Moddiy oqimning, xom-ashyo manbasidan to so‘nggi iste‘molchigacha bo‘lgan, yo‘lidagi omborlarni prinsipial chizmasi (sxemasi)

Moddiy oqimlarning o‘zgarishi bir yuk partiyalari yoki yuk birliklari o‘rniga boshqalarini tashkil etish yo‘li bilan amalga oshadi. Bu yuklarni o‘z qadoqlaridan olib, yangi yuk birliklarini tashkil etish va ularni qadoqlash zarur ekanligini anglatadi.

Ammo bu omborlar to‘g‘risida umumiy tushunchadir xolos. Yuqorida sanab o‘tilgan funksiyalarning har biri keng miqyosda o‘zgarib turishi mumkin. Bu esa ayrim logistik operatsiyalarning amalga oshirilish intensivligiga ham o‘z ta‘sirini o‘tkazadi. Bundan keyin, ombordagi logistik jarayonning ko‘rinishi umuman boshqacha tus oladi.

Moddiy oqimni birlamchi xom-ashyo manбайдan to oxirgi iste‘molchigacha bo‘lgan harakatida uchraydigan turli xil omborlarning funksiyalarini ko‘rib chiqamiz.

Ishlab chiqaruvchi korxonalarining tayyor mahsulot omborlarida:

- omborga qo‘yish;
- saqlash;
- navlarga (turlarga) ajratish;

¹⁰ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

- qo‘shimcha qayta ishlash (lozim bo‘lsa);
- belgilash (markirovka);
- ortishga tayyorlash;
- ortish operatsiyalari.

Iste‘molchi korxonalarining xom-ashyo va birlamchi materiallar omborlarida:

- yukni qabul qilish;
- tushirish;
- navlarga ajratish;
- saqlash;
- ishlab chiqarish iste‘moliga tayyorlash.

Ishlab chiqarish-texnik maqsadlarga mo‘ljallangan mahsulotlar muomalasi sohasidagi ulgurji-vositachi firmalar omborlarida, yuqorida qayd etilganlardan tashqari:

- tovarlar to‘planishi (konsentratsiyasi)ni ta‘minlash;
- lozim bo‘lgan assortimentni butlash;
- tovarlarni kichik partiyalarda yetkazish (iste‘molchi korxonalar va boshqa ulgurji-vositachi firmalar omborlariga);
- rezerv partiyalarni saqlashni tashkil etish.

Ishlab chiqarish to‘plangan joylardagi savdo korxonalarini omborlarida:

- ishlab chiqarish korxonalaridan tovarlarni yirik partiyalarda qabul qilish;
- iste‘mol joylardagi xaridorlarga tovarlarni yirik partiyalarini butlash va jo‘natish;

Iste‘mol joylaridagi omborlarda:

- ishlab chiqarish assortimenti tovarlarini qabul qilish;
- keng savdo assortimentini shakllantirish;
- chakana savdo korxonalarini tovarlar bilan ta‘minlash.

6. Xizmat ko‘rsatish tizimini shakllantirish

«Xaridor bozori» sharoitida, sotuvchi, xaridor talabidan kelib chiqqan holda, o‘z faoliyatini amalga oshirishiga to‘g‘ri keladi. Bunda talab tovarga bo‘lgan talab bilan cheklanmaydi. Xaridor ushbu tovarni yetkazib berish jarayonida unga ko‘rsatiladigan xizmatlar tarkibi va sifati bo‘yicha ham o‘z talablarini ilgari suradi.

Xizmat, atamasining asl ma‘nosi, biror-bir kimsaga foyda keltiruvchi yoki yordam beruvchi hatti-harakatlarni anglatadi. Birovlar ehtiyojlarini qondirish, ya‘ni ularga xizmat ko‘rsatish esa servis deb ataladi.

Logistik faoliyat, moddiy oqim iste‘molchisiga turli xildagi logistik xizmatlar ko‘rsatish imkoniyatini nazarda tutadi. Logistik servis taqsimot jarayoni bilan uzviy bog‘langan bo‘lib, tovarni yetkazish jarayonida ko‘rsatiladigan xizmatlar majmuidan iboratdir.

Logistik servisning ob‘ekti bo‘lib moddiy oqimning turli iste‘molchilari xizmat qiladi (23-rasm). Logistik servis yetkazib beruvchining o‘zi tomonidan, yoki logistik servisga ixtisoslashgan ekspeditorlik firmasi tomonidan amalga oshiriladi.

Logistik xizmat ko‘rsatish sohasidagi barcha ishlarni uchta asosiy guruhga bo‘lish mumkin:

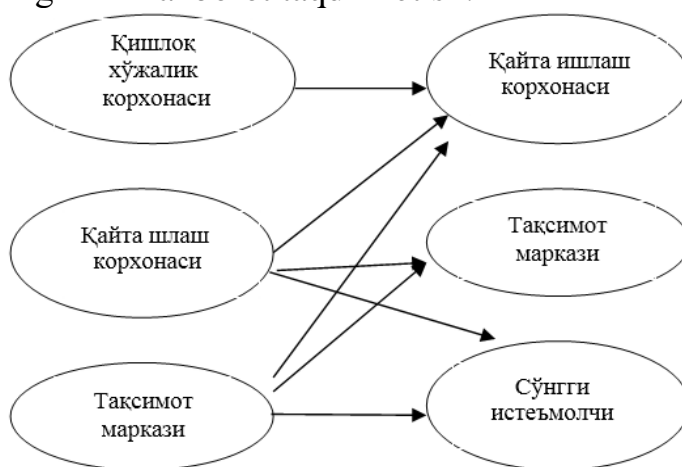
-sotuvdan oldingi, ya'ni logistik servis tizimini shakllantirish bo'yicha ishlar;
-tovarlar sotish jarayonida amalga oshiriladigan, logistik xizmatlarni ko'rsatish bo'yicha ishlar;

-sotuvdan keyingi logistik servis.

Realizatsiya jarayonidan oldingi logistik servis sohasidagi ishlar, asosan, xizmat ko'rsatish sohasidagi firma siyosatini belgilash, va xizmatlarni rejalashtirishni o'z ichiga oladi.

Tovarlarni realizatsiyasi jarayonida turli xil logistik xizmatlar ko'rsatilishi mumkin:

- omborda tovar zaxiralarining mavjudligi;
- buyurtmani bajarish, shu jumladan assortimentni tanlash, qadoqlash, yuk birliklarini shakllantirish va boshqa operatsiyalar;
- yetkazish ishonchliligini ta'minlash;
- yuklar o'tishi to'g'risida axborot taqdim etish.

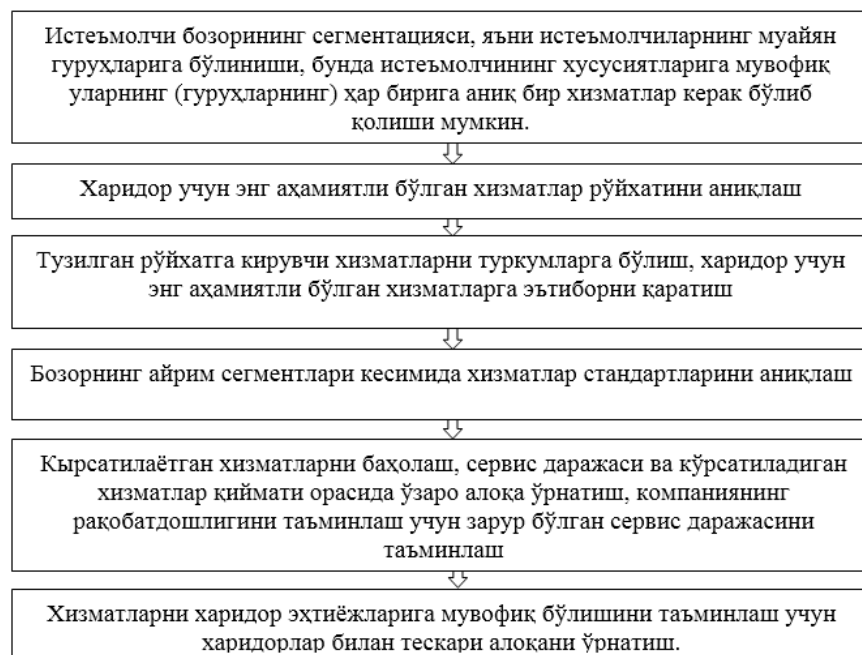


23-Rasm. Iste'molchi tizimiga moddiy oqimni kelib chushish variantlari

Sotuvdan keyingi xizmatlar – bu kafolat xizmati, xaridorlar e'tirozlarini ko'rib chiqish bo'yicha majburiyatlar, almashinish va boshqalardir.

Iste'molchi yetkazib beruvchi tanlaganda uning logistik servis sohasidagi imkoniyatlarini ham e'tiborga oladi, ya'ni boshqacha qilib aytganda yetkazib beruvchining raqobatdoshligiga u taklif etayotgan xizmatlarning assortimenti va sifati ham ta'sir ko'rsatadi. Ikkinchi bir tomonidan, xizmatlar safini kengaytirish qo'shimcha xarajatlarga olib keladi.

Logistik servis tizimini shakllantirishga imkon beruvchi harakatlar ketma-ketligini ko'rib chiqamiz (24-Rasm).



24-Rasm. Firmada logistik servis tizimini shakllantirish bo'yicha harakatlar ketma-ketligi

Logistik xizmatlar raqobatdoshlikka o'z ta'sirini o'tkazar ekan, har bir xo'jalik, firma yoki korxonada iste'molchilarga logistik xizmat ko'rsatish sohasida aniq belgilangan strategiyaga ega bo'lishi zarur.

Iste'molchi bozorining segmentatsiyasi, jo'g'rofik omil bo'yicha, servis jihatlari bo'yicha yoki boshqa bir omil bo'yicha amalga oshirilishi mumkin. Xaridorlar uchun ahamiyatli xizmatlarni tanlashni, ularning turkumlanishini, xizmatlar standartini aniqlashni, turli xil so'rovlarni o'tkazish yo'li bilan amalga oshirish mumkin. Ko'rsatiladigan xizmatlarni baholash turli xil usullar bilan amalga oshiriladi. Masalan, yetkazishning ishonchlilik darajasini o'z vaqtida yetkazilgan partiyalar ulushi bilan o'lchash mumkin.

Kompaniya resurslari esa xaridor uchun eng ahamiyatli bo'lgan xizmatlarni ko'rsatishga yo'naltiriladi.

Logistik servis sifatini baholash uchun quyidagi mezonlar qo'llaniladi¹¹:

- yetkazish ishonchliligi;
- buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan to'liq vaqt;

- yetkazish egiluvchanligi;

- yetkazib beruvchi omborida zaxiralar mavjudligi;

- kredit olish imkoniyati, va qator boshqa mezonlar.

Bulardan birinchi uchtasini tavsiflab o'tamiz.

Yetkazish ishonchliligi. Umumiy holda, ishonchlilik deganda, belgilangan cheklanishlarda o'z tavsiflarini saqlagan holda berilgan funksiyalarni bajarish qobiliyatini o'z ichiga olgan, tizimning majmuaviy xususiyati tushuniladi.

Yetkazish ishonchliligi – bu yetkazib beruvchining belgilangan chegaralarda, shartnomada kelishilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish qobiliyatidir. yetkazish

¹¹ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

ishonchliligi, yetkazish jarayoni tarkibiga kiruvchi ayrim turdagi ishlarni bajarish muddatlariga rioya qilishning ishonchliligi bilan aniqlanadi.

Yetkazish ishonchliligiga ta'sir etuvchi asosiy omillardan bo'lib, shartnomada ko'zda tutilgan majburiyatlar (kafolatlar) mavjudligi xizmat qiladi, yetkazish muddatlarini buzganlik uchun javobgarlik aynan shu majburiyatlarda belgilanadi.

Buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan to'liq vaqt, u o'z ichiga quyidagilarni oladi:

-buyurtmani rasmiylashtirish vaqti;

-ishlab chiqarish vaqti (agarda buyurilgan tovarlarni ishlab chiqarish lozim bo'lsa, bu vaqt yetkazish muddatiga qo'shiladi)

-qadoqlash vaqti;

-yuklash vaqti;

-yetkazish vaqti;

Shartnomada ko'rsatilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish, yuqorida sanab o'tilgan ushbu muddatning tarkibiy qismlariga qanday rioya qilinishiga bog'liq. Masalan, tovarni ishlab chiqarishga rejalashtirilgan muddatlarga yoki ekspeditor ta'kidlagan yetkazish muddatlariga rioya qilinmasligi mumkin.

Yetkazish egiluvchanligi – etkazuvchi tizimni mijozning alohida istaklarini (qoidalarini) e'tiborga olishi qobiliyatini bildiradi. Bunga quyidagilarni kiritadilar:

-buyurtma shaklini o'zgartirish imkoniyati;

-buyurtmani yetkazib berish turini o'zgartirish imkoniyati;

-qadoq turini o'zgartirish imkoniyati;

-yetkazib berishga bo'lgan talabnomani qaytarib olish imkoniyati;

-mijozni uning buyurtmasi holati to'g'risida axborot olishi imkoniyati;

-butlanmagan yetkazishlarda bo'lgan e'tirozlarga munosabat.

Muhokama uchun savollar

1. Omborlar, ular to'g'risida tushunchalar va ularning logistikadagi o'rni.
2. Omborlarning turlari.
3. Omborlarning funksiyalari.
4. Omborlar faoliyatini tashkil etishni optimallashtirish yo'llari.
5. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini saqlashda mahsulot yo'qotishlari.

Agrosanoat majmuida logistik tizimi. Qishloq xo'jalik korxonasi logistik tizimini shakllantirish asoslari.

Agrosanoat majmuasi - bu qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi, qishloq xo'jaligini ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi, qishloq xo'jaligini rivojlantirish maqsadida ishlab chiqarishga xizmat qiluvchi va qishloq xo'jalik mahsulotlarini saqlash, qayta ishlash, iste'molchiga yetkazib berish bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiyot tarmoqlari majmuasidir.

Agrosanoat majmuasining maqsadli faoliyati minimal xarajatlar hisobiga mamlakat aholisini oziq-ovqat mahsulotlari va sanoatni xom-ashyo bilan to'laroq qondirishga qaratilgan.

Agrosanoat majmui logistikasi quyidagi asosiy vazifalarni o'z ichiga oladi: ASMning barcha sohalarini resurs ta'minotini ratsionalizatsiyalash; ASMning sohalarini optimallashtirish.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida agrosanoat majmuasining tarmoq va korxonalarini o'rtasidagi o'zaro aloqalar tovar ayriboshlash orqali amalga oshirilgan ekan, ASM tizimini hosil qiluvchi unsurlari bo'lib, tovar va ular bilan bog'liq moliyaviy va axborot oqimlari xizmat qiladi. ASM kuchli iqtisodiy va ishlab chiqarishning o'zaro aloqalariga ega, qishloq xo'jalik mahsulotini ishlab chiqarish, qayta ishlash va saqlashga asoslangan, qishloq xo'jaligini va qayta ishlash sanoatini ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi, majmua sifatida tavsiflanadi.

ASM uchta sohani o'z ichiga oladi. Birinchi soha ASM ni ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi tarmoqlardan iborat. Ikkinchi sohaga bevosita qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarish bilan shug'ullanuvchi xo'jaliklar kiradi.

ASMning uchinchi sohasiga qishloq xo'jalik mahsulotlarini tayyorlanishi, qayta ishlanishi va uni iste'molchilarga yetkazish bilan shug'ullanadigan tuzilmalar va korxonalar kiradi.

Hozirgi kunda O'zbekistonda mavjud sharoitlarda ASM sohalari orasida, tovar ayriboshlashni moddiy oqimlar bilan ta'riflash mumkin.

-birinchi sohadan ikkinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim: texnika, mashina, uskuna, yoqilg'i-moylash materiallari, mineral o'g'itlar va qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilarning boshqa moddiy-texnik resurslardagi (MTR) ehtiyojini qondirish uchun lozim bo'lgan yetkazishlarni o'z ichiga oladi. Qishloq xo'jalik moddiy-texnika ta'minotining (MTT) o'ziga xos xususiyatlariga ko'ra, ushbu moddiy oqim, odatda, tijorat vositachilari ishtirokida tashkil etiladi;

-ikkinchi sohadan birinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim, birinchi sohada ishlatiladigan birlamchi qishloq xo'jalik xom-ashyosi (birinchi soha korxonalar va tashkilotlarining umumiy ovqatlanish tizimiga), hamda barter almashuvi uchun qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazishni o'z ichiga oladi;

-ikkinchi sohadan uchinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqimlar, qayta ishlash sanoati korxonalariga oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa tovarlar ishlab chiqarish uchun qishloq xo'jalik xom ashyosini (qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilari mahsulotini) (QXM) yetkazib berishini o'z ichiga oladi;

-uchinchi sohadan birinchi sohaga yo'naltirilgan moddiy oqim, qishloq xo'jalik xom-ashyosini qayta ishlash natijasida olingan oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa tovarlarni yetkazib berishini o'z ichiga oladi. Bu moddiy oqim, birinchi sohada band ishchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun xizmat qiladi.

Moliyaviy resurslar va axborot oqimlari bilan kuzatiladigan, yuqorida aytib o'tilgan moddiy oqimlar ASMdagi logistika tizimlarini tashkil etadi.

Moddiy oqimlar logistik zanjirning quyidagi halqalarini o'z ichiga oladi:

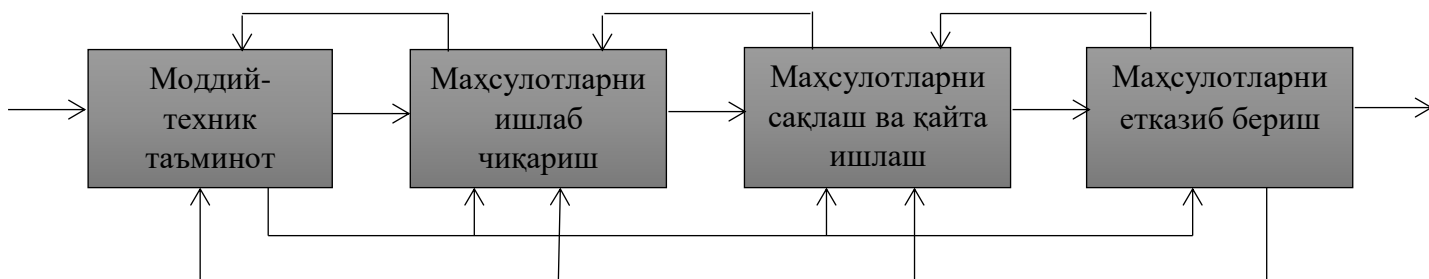
-qishloq xo'jaligining moddiy-texnika ta'minoti (QXMTT);

-qishloq xo'jalik tovar mahsulotlarini tayyorlashning, ularning asosiy qismi tayyorlov va davlat ehtiyojlari uchun xaridlar bo'yicha maxsus tashkilotlar tomonidan amalga oshirilishi;

-qishloq xo'jalik tovar mahsulotlarini saqlash va qayta ishlash, maxsus omborxonalar tarmog'i va birlamchi qayta ishlash bo'yicha maxsus korxonalar;

-ochiq bozorga va davlat ehtiyojlari uchun qishloq xo‘jalik tovar mahsulotlarini yetkazib berish xaridlar tizimini tashkil etish. Qishloq xo‘jalik xom-ashyosi va mahsulotini sotish bo‘yicha tashkiliy bozorlar tarmog‘ini yaratish ham shular jumlasidandir.

Ushbu halqalarning o‘zaro logistik bog‘lanishlari quyidagicha sxema tarzida ifodalash mumkin (4-rasm).



4-rasm. ASMDa moddiy oqimlarning modeli.

ASM sohasidagi moddiy va ular bilan bog‘liq bo‘lgan moliyaviy resurslar va axborot oqimlari iqtisodiy oqimlar yig‘indisini aks ettiradi. Ushbu tizim qanchalik optimal faoliyat yuritsa, logistika ham ASM sohasida shunchalik keng va chuqur qo‘llaniladi, hamda qishloq xo‘jaligi samaradorligining rivojlanishi ham shunga muvofiq bo‘ladi.

ASM infratuzilmasi tizimining nisbatan past darajada rivojlanganligi qishloq xo‘jaligida katta yo‘qotishlarga olib keladi. Chunki infratuzilma majmuasiga kiruvchi korxonalar va tashkilotlar, qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilarining moddiy-texnika ta‘minoti va mahsulotlarni sotish jarayonlarida, tovar harakati logistik tizimlarining xalqalari (bo‘g‘inlari) vazifasini bajaradi.

ASM sohasidagi tovar harakati logistik zanjiri ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini bir-biriga to‘g‘ri kelmasligi oqibatida hamma zarar ko‘radi: qishloq xo‘jaligi uchun mahsulotlar ishlab chiqaruvchi va yetkazib beruvchi korxonalar ham (ish faolligini pasayishi), qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilari ham (to‘lov qobiliyatiga ega bo‘lgan talabning kamayishi), qayta ishlash sanoati korxonalari ham (xom-ashyo bazasining qisqarishi va ishlab chiqarish hajmlarining pasayishi), so‘nggi iste‘molchilar ham yetarli iste‘mol qilishmasligi yuz beradi.

2-jadval

ASMDa logistika turlarini turkumlanishi

Turkumlanishi	Logistika turlari
Funksional	Sotib olish
	Taqsimlash
Sohaviy	1-soha logistikasi
	2-soha logistikasi
	3-soha logistikasi
Ierarxik	Makrologistika
	Mezologistika
	Mikrologistika

Resurs bo'yicha	Moliyaviy
	Axborot
	Logistik
Tarkibiy	Logistik operatsiya
	Logistik zanjir
	Logistik tizim
Taqrir ishlab chiqarish	Tijorat
	Ishlab chiqarish
	Transport-ombor logistikasi

ASM resurs ta'minotining son va sifat ko'rsatkichlarini kamayishi butun agrota'minot va agroservis tizimining buzilishi bilan kuzatiladi. Olimlar tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlarning ko'rsatishicha ushbu tizimning barcha bo'limlari (agrota'minot va servis korxonalarini tarmog'i, ularni ishlab chiqarish bazalari) faoliyati susayadi.

Ushbu korxonalarining tashkiliy-huquqiy mavqei xizmat ko'rsatayotgan xo'jaliklar manfaatlariga to'g'ri kelmaydi, resurslar yetkazishni tashkil etish va xizmatlarni ko'rsatish shakllari ham kamchiliklarga ega bo'ladi, iste'molchilarning yetkazib beruvchilar va agroservis korxonalarini bilan bo'lgan iqtisodiy munosabatlar tizimi yaxshi ishlab chiqilmagan bo'ladi.

ASMDa logistika xususiyatlari, birinchi navbatda, iqtisodiy oqimlarni tashkil etish xususiyatlariga bog'liqdir. Ular esa qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilarining joylashuvi va ixtisoslashuvi bilan bog'liq quyidagi omillar ta'siri ostida bo'ladi:

-qishloq xo'jalik korxonalarining joylashuvi qishloq xo'jalik mahsulotlarini sotish bozorlari, qayta ishlash quvvatlari, qishloq xo'jalik xom ashyosi va tovarmahsulotlarini saqlash idishlari, transport kommunikatsiyalari va infratuzilma majmuasining boshqa tarkibiy qismlari mavjudligi bilan aniqlanadi. Bunda yirik aholi punktlarining mavjudligi qishloq xo'jalik korxonalarini ixtisoslashuvini belgilaydi.

-qishloq xo'jaligida MTRlarning hajmi, tuzilmasi va yo'nalishi qishloq xo'jalik ekinlari maydoni, ularning tuzilmasi (aholi jon boshiga to'g'ri keladigan ekin maydoni o'lchami), qishloq xo'jalik tovar ishlab chiqaruvchilarining ixtisoslashuvi va boshqalar bilan aniqlanadi. Ularning to'lov qobiliyatiga ega bo'lgan talabi bundan mustasno;

-ASM uchun ichki va tashqi transaksiyalarning intensivligiga qishloq xo'jalik ishlab chiqarishi samaradorligi va natijaviyligi bevosita bog'liq. Bunda qishloq xo'jalik mahsuloti ishlab chiqarilishi va yer maydoni birligiga to'g'ri keladigan yalpi daromadni, moddiy va mehnat xarajatlari birligini, ishlab chiqarish daromadlilikini va boshqalarni hisobga olish lozim;

-qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazib berish bo'yicha mintaqalararo va xalqaro aloqalarning rivojlanishi. Bunda o'z qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilariga nisbatan bo'lgan proteksionizm va hududga olib kirilayotgan qishloq xo'jalik mahsulotlariga nisbatan bo'lgan diskriminatsiya hududlararo tovar ayriboshlashning to'xtab qolishiga va mamlakatdagi butun qishloq xo'jalik ishlab chiqarish samaradorligini pasayishiga olib kelishi mumkin;

-qishloq xo'jaligi uchun MTPlariga va aholi, hamda iqtisodiyotning qolgan tarmoqlari uchun qishloq xo'jalik mahsulotlariga bo'lgan narxlar mutonosibligini o'rnatish va saqlab turish. Narxlar nomutonosibligi qanchalik chuqur bo'lsa, qishloq xo'jaligiga MTRlarni yetkazish hajmi shunchalik past bo'ladi va demak, QXM ishlab chiqarish ham kamayadi;

-qishloq xo'jalik ishlab chiqarishini konsentratsiyalanish darajasi va qishloq xo'jalik tovar ishlab chiqaruvchilarining kooperatsiya darajasi.

Boshqa sharoitlar bir xil bo'lgan taqdirda, qishloq xo'jalik korxonasi qanchalik kichik bo'lsa, uning faoliyat natijaviyligi va samaradorligi shunchalik past bo'ladi. Bu qishloq xo'jalik ishlab chiqarish texnika va texnologiyasiga ham, qishloq xo'jaligiga MTRni yetkazish va mahsulotlarni sotish bo'yicha bozor tamoyillarini samaradorligini tashkil etishga ham bog'liq.

Bundan kelib chiqqan holda, ASMDa logistikani qo'llashning asosiy yo'nalishlari sifatida, majmua barcha ishtirokchilari va unsurlarining tizimli integratsiyasini va barcha logistik zanjir va tizimlarning tuzilmali optimallashtirishini tan olish lozim bo'ladi. ASMDa logistikani qo'llashning funksiyalaridan biri, bu ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda ishlab chiqarish omillarining o'zaro aloqalarini to'g'ri aniqlashdan iboratdir.

Har bir ishlab chiqarish, zamonaviy hamda, umumiy jihatlari bilan tavsiflanishi mumkin. U bir xil asosiy tarkibiy qismlarga ega bo'lib, insonning mehnat predmetlari va qurollariga, o'z ehtiyojini qondirish maqsadidagi ta'siri jarayonidir.

Ishlab chiqarish omillarini resurslar (tarkibiy, moddiy va mehnat) sifatida emas, balki ishlab chiqarishga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi parametrlar sifatida ko'rib chiqish taklif etiladi. Bunday yondoshuv ishlab chiqarish omillari ro'yxatiga, texnologiya, ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonini kiritib uni kengaytiradi.

Bu nuqtai-nazardan, ishlab chiqarish, shaxsiy yoki jamiyat ehtiyojlarini qondirish maqsadida yo'naltirilgan jarayon sifatida ko'rilishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda u ishlab chiqarish omillarini tayyor mahsulotga aylantiruvchi, ishlab chiqarish jarayoni sifatida qaralishi mumkin.

Muhokama uchun savollar

1. Logistika predmeti va ob'ekti nima ?
2. Logistikaning maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?
3. Logistika mezonlari.
4. Qanday oqimlar moddiy va servis oqimlariga yondosh oqimlar hisoblanadi?
5. Logistika tizimi deganda nima tushuniladi?
6. Logistik tizim bo'g'ini deganda nima tushuniladi?
7. Logistik tizimlar qanday turlarga bo'linadi?
8. Logistik operatsiyalar haqida gapiring, ularga misollar keltiring.
9. Logistik funksiya deganda nima tushuniladi?
10. Asosiy logistik funksiyalarni sanab bering.
11. Logistik zanjir deganda nima tushuniladi?

12. Logistikaning turli funksional sohalaridagi logistik zanjirlarga misollar keltiring.
13. Logistik kanal deganda nima tushuniladi?
14. Logistikaning qoidalarini aytib bering.

4-mavzu. TRANSPORT LOGISTIKASI. AXBOROT LOGISTIKASI. MOLIYAVIY LOGISTIKA. LOGISTIK XIZMAT KO'RSATISH TIZIMIDA TOVAR BELGILARI VA SERTIFIKATLASH.

Reja:

1. Transport logistikasining mohiyati va vazifalari.
 2. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish jarayonlarida transport vositalarining turlarini va sonini tanlash uslubiyoti.
 3. Transport tariflari va ularni qo'llash qoidalari.
 4. Logistik zanjirning harajatlarini aniqlash.
 5. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazib beruvchilarini tanlash.
 6. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini tashishda mahsulot yo'qotishlari.
- Inkoterms-2000.**
7. Axborot oqimlari tushunchasi.
 8. Axborot tizimlari. Qishloq xo'jaligida axborot tizimlarini barpo etish tamoyillari.
 9. Global axborot texnologiyalari.
 10. Internet tizimidan foydalanish.

1. Transport logistikasining mohiyati va vazifalari.

Transport – bu odamlar va yuklar tashishni amalga oshiruvchi, moddiy ishlab chiqarish tarmog'idir. Jamiyat ishlab chiqarishi tuzilmasida, transport moddiy xizmatlar ishlab chiqarish sohasiga mansubdir (25 rasm).

Moddiy oqimning birlamchi xom-ashyo manбайдan oxirgi iste'molchigacha bo'lgan harakati davomidagi logistik operatsiyalarning anchagina qismi, turli xil transport vositalari yordamida amalga oshiriladi. Bu operatsiyalarning xarajatlari, umumiy logistika xarajatlarining 50% gacha tashkil etishi mumkin.

Transport ishlab chiqarish va savdo jarayonlariga juda yaxshi kirib borgan. Shuning uchun ham transport, logistikaning ko'pgina masalalarida ishtirok etadi. Shu bilan birga logistikaning yetarlicha mustaqil bo'lgan transport sohasi ham mavjud. Unda transport jarayoni ishtirokchilari orasidagi kelishuvlar, ularga mos moddiy oqim harakatining ishlab chiqarish-ombor bo'limlariga aloqasi bo'lmagan tarzda ko'rib chiqilishi ham mumkin.

Transport logistikasi vazifalariga, birinchi navbatda, o'z yechimi bilan, transport jarayonining bevosita ishtirokchilari harakatlarini o'zaro kelishilganligini kuchaytiruvchi, vazifalar kiradi. Bunday vazifalarni yechishning dolzarbligi, transport ishlari alohida bir sohaga aylanganida paydo bo'ladi.

Transport jarayonlarini tashkil etishga logistik yondashuv xususiyatlarini, aralash tashishdagi transport zanjiri bo'g'inlarining o'zaro ta'siri misolida

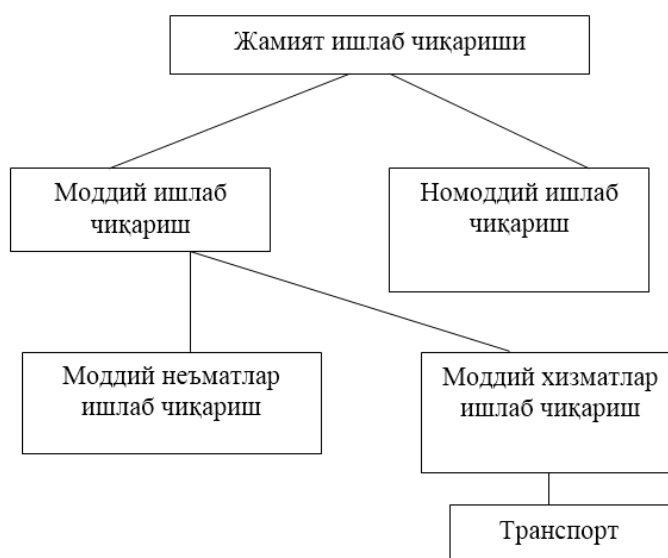
tushuntirishimiz mumkin. (26 rasm)

26 rasmdan ko‘rinib turibdiki butun moddiy oqimni boshqarishning yagona funksiyasi mavjud emas. Axborot va moliya mablag‘larining harakati jarayonida bo‘g‘inlarning o‘zaro kelishuvi darajasi past, chunki ularning xarajatlarini hech kim boshqarmaydi.

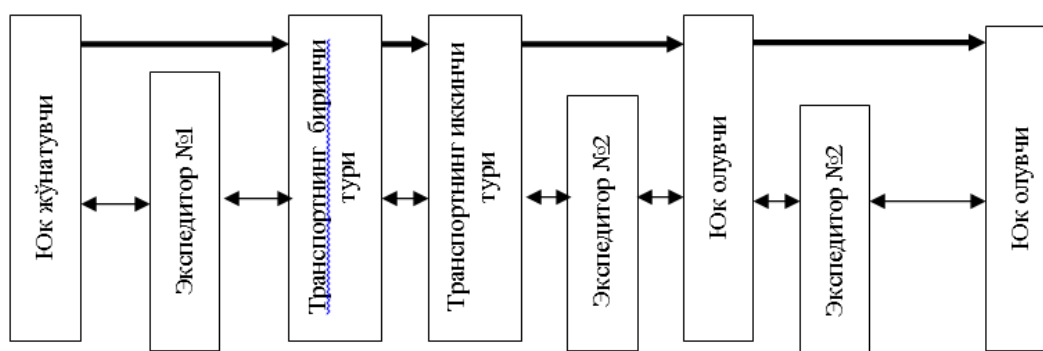
27 rasmda tasvirlangan aralash tashishni tashkil etish butunlay boshqacha xususiyatga ega.

Transportda logistikaning qo‘llanilishi, ishlab chiqarish yoki savdodagi kabi raqobatchilarni transport jarayonida bir-birini o‘zaro to‘ldiruvchi hamkorlarga aylantiradi.

Logistika, aytib o‘tilganiday, bu yagona texnika, texnologiya, iqtisod va rejalashtirishdir. Bunga muvofiq transport logistikasi vazifalariga transport jarayoni ishtirokchilarining texnik va texnologik ta‘minotini, ularning iqtisodiy manfaatlari o‘zaro mos kelishini, hamda rejalashtirishning yagona tizimlarini ishlatishni kiritish lozim. Bu vazifalarning har biriga qisqacha tavsif berib o‘tamiz.



25-Rasm. Transportning jamiyat ishlab chiqarishidagi o‘rni



26-Rasm. Bir necha transport turlari ishtirokida tashishning ana'naviy tashkil etilishi

Butun yagona tashish jarayonining moddiy oqimini loyihalash va chiqib ketishda berilgan parametrlarga erishish imkoniyatlarini yaratadi.

Aralash tashishlarni tashkil etishga an'anaviy va logistik yondashuvlarning taqqoslama tavsifi 6-jadvalda keltirilgan.

Transport majmuidagi o'zaro bog'langan transport turlarining ayrimlari ichida va turlararo qismida parametrlarning kelishilmaganligini bildiradi.

Bu kelishilmaganlik modal tashishni qo'llashga, konteynerlar va yuk paketlari bilan ishlashga imkon yaratadi. Texnologik tashishning yagona texnologiyasini to'g'ridan-to'g'ri yuk ortish-tushurishlarni, yuk ortish - tushishrirlarsiz aloqalarni bildiradi. Iqtisodiy bog'liqlik – bu bozor kon'yukturasini tekshirishni va tarif tizimini barpo etishni umumiy metodologiyasidir.



27-Rasm. Bir necha transport turlari ishtirokida tashishning logistik tashkil etilishi

6-jadval

Aralash va intermodal tashishlarning taqqoslama tavsifi¹²

Arlash tashish	Intermodal tashish.
Transportning 2 va undan ko'p turi.	Transportning 2 va undan ko'p turi.
Tashish jarayoni yagona operatorining yo'qligi.	Tashish jarayoni yagona operatorining mavjudligi.
Bir necha transport hujjatlari.	Yagona transport hujjati.
Yagona tarif stavkasining yo'qligi.	Yagona tarif stavkasining mavjudligi. (fraxt)
Ishtirokchilar o'zaro faoliyati-ning ketma ket sxemasi	Ishtirokchilar o'zaro faoliyati-ning ketma ket markaziy sxemasi.
Yuk majburiyati tarqalgan va buning natijasi past.	Yuk majburiyati yagona va buning natijasi yuqori.
Natija: «Logistikaning oltita qoidasi» bajarilishining ehtimoli pastligi.	Natija: «Logistikaning oltita qoidasi» bajarilishining ehtimoli yuqoriligi.
Kerakli yuk kerakli joyda,	Kerakli yuk kerakli joyda, kerakli

¹² Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

kerakli vaqtda, kerakli miqdorda, kerakli sifatda, minimal xarajatlar bilan.	vaqtda, kerakli miqdorda, kerakli sifatda, minimal xarajatlar bilan.
--	--

Birgalikdagi rejalashtirish – bu grafiklarning yagona rejalarini ishlab chiqish va qo‘llashni bildiradi. Shu munosabat bilan transport logistikasi vazifalariga quyidagilar kiradi.

- transport tizimlarini yaratish;
- transport–ombor jarayonining texnologik yagonaligini ta’minlash;
- transport jarayonining ombor va ishlab chikarish jarayonlari bilan birgalikda rejalashtirish;
- transport vositasi turini tanlash;
- transport vositasi tipini tanlash;
- yetkazishlarning ratsional yo‘nalishlarini aniqlash va boshqalar.

Transport vositalarining turlari va sonini aniqlash vazifasi logistikaning boshqa masalalari bilan aloqadorlikda yechiladi. Muayyan bir tashish uchun optimal bo‘lgan transport turini tanlash asos bo‘lib bo‘lib, transportning xar xil turlarining xususiyatlari to‘g‘risidagi axborot xizmat qiladi. Logistika nuqtai nazaridan transportning asosiy turlarini ustunlarini va kamchiliklarini ko‘rib chiqamiz.

Avtomobil transporti. Kisqa masofalarga (200-300km) tashishlarni amalga oshirish uchun avtomobil transporti ishlatiladi. Asosiy usutunliklardan biri – yuqori harakatchanligidir. **Avtomobil** transporti yordamida yuk «eshikdan eshikgacha» zaruriy tashishning tezkorlik bilan yetkazishi mumkin. Transportning bu turi yetkazishlar muntazamligini hamda kichik hajmlardan yetkazishlar imkoniyatini ta’minlaydi. Bu yerda, boshqa turlarga nisbatan mahsulot qadoqiga u daraja qattiq talablar qo‘yilmaydi.

Avtomobil transportining asosiy kamchiligi bu tashishlar tannarxining nisbatan yuqoriligi. Odatda tashish uchun to‘lov avtomobilning maksimal yuk kutara olishi buyicha olinadi. Bu turning boshqa kamchiliklariga quydagilarni kiritish mumkin: yukni tushirishni shoshilinchligi, yukni va avtotransportni o‘g‘irlash mumkinligi, nisbatan kam yuk ko‘tara olishi. Avtomobil transporti ekologiya jihatdan ham noqulay, bu esa uni ishlatish imkoniyatini kamaytiradi.

Temir yul transporti. Transportning bu turi yuklarning turli hajmlarini (partiyalarini) barcha ob-havo sharoitlarida tashish uchun qulaydir. Temir yul transporti yukni nisbatan tez vaqtda masofalarga yetkazish imkoniyatini ta’minlayli. Tashishlar muntazam amalga oshiriladi. Bu yerda ortish-tushirish ishlarining samarali bajarilishini tashkil etish mumkin.

Temir yo‘l transportining muhim ustunligi, bu yuklarni tashishning nisbatan past narxi va chegirmalar mavjudligidir.

Temir yo‘l transportining kamchiliklariga tashuvchilar sonining cheklanganligini va iste’mol joylariga yetkazish imkoniyati pastligidir, ya’ni temir yul o‘tkazilmaganda avtomobil transportidan foydalanishga tug‘ri keladi.

Dengiz transporti. Xalqaro tashishlarda eng yirik tashuvchi hisoblanadi. Uning asosiy ustunliklari-Yuk tariflarining pastligi va yuqori yuk o‘tkazish qobiliyatidir.

Dengiz transportining kamchiliklariga uning past tezligini, yuklarni qadoqi va

oʻrnatilishiga boʻlgan qatiq talablar, joʻnatishlarini kamligini kiritadilar. Dengiz transporti ob-havo va navigatsiya sharoitlariga bogʻliq boʻlib, murakab port infrostrukturasini yaratishni talab qiladi.

Ichki suv transporti. Bu yerda yuk tariflari past. 100 t. dan ortiq yukni 250 km dan uzoqroq masofaga tashishda transportning bu turi eng arzon .

Havo transporti. Asosiy ustunliklari – eng yuqori tezlik, uzoq hududlarga yetib borish imkoniyati, yuklarning yuqori darajada saqlanishi.

Kamchiliklariga yuqori yuk tariflari va iqlim sharoitlariga bogʻliqligi kiradi, bu esa yetkazish grafigiga rioya qilishni kamaytiradi.

Quvur transporti. Yuqori oʻtkazish qobiliyatida kam tannarxni taʼminlaydi. Transportning ushbu turiga yuklarni saqlash darajasi ham yuqori. Quvur transportning kamchiligi bu tashishga moʻljallangan yuklarning tor nomenklaturasi. Transport turining tanlashga taʼsir etuvchi oltita asosiy omillarni ajratadilar. 7 jadvalda ushbu omillarning har biri boʻyicha transportning har xil turlarining bahosi berilgan. «1» ga eng yaxshi qiymat mos keladi.

Har xil omillarning muhimligining ekspert bahosi, transport turini tanlashda quyidagilarga amal qilishni muhimligini koʻrsatadi:

- yetkazish grafigiga rioya qilish ishonchliligi.
- yetkazish vaqti.
- tashish narxi.

Taʼkidlab oʻtish kerakki 7 jadval maʼlumotlari faqatgina u yoki bu transport turini muayyan tashish sharoitlariga muvofiqligi darajasini tahliliy bahosi uchun ishlatilishi mumkin. Tanlovning toʻgʻriligi har xil transport turlari bilan tashishga bogʻliq xarajatlari tahlili asosidagi texnik –iqtisodiy hisoblar bilan tasdiqlanishi lozim.

Transport korxonalarini koʻrsatgan xizmatlar hisobi tariflar yordamida amalga oshiriladi. Tariflar ichiga quyidagilar kiradi:

- Yukni tashish uchun olinadigan toʻlovlar.
- Yukni tashish bilan bogʻliq boʻlgan qoʻshimcha operatsiyalar uchun yigʻilmalar.
- Toʻlov va yigʻilmalar hisoblanish qoidalari.

Iqtisodiy kategoriya sifatida transport tariflari bu transport mahsulotiga boʻlgan narx shaklidir. Ularning tuzilishi quyidagilarni taʼminlashi lozim:

-Transport korxonasiga ekspluatatsiya xarajatlarini va foyda olish imkoniyatlarini:

-Transport xizmatlarini xaridorga transport xarajatlarini qoplashini va foyda olish imkoniyatini.

Yuqorida aytib oʻtilganidek, tashuvchi tanlashga taʼsir etuvchi asosiy omillaridan biri bu tashish narxidir. Raqobat sharoitida yuzaga keluvchi mijoz uchun kurash transport tariflariga ham oʻzgartirish kiritadi.

Har xil yigʻimlar tarif stavkalarini mohirona boshqarilishi, yuk tashish bilan qoʻshimcha xizmatlarga (yuklarni koʻriqlash, kuzatish,) talabni oshirishi mumkin.

Transportning har xil turlaridagi tariflar tizimlari oʻz xususiyatlariga ega. Ularning qisqacha tavsifiga toʻxtalib oʻtamiz.

7 jadval

Transport turini tanlashga ta'sir etuvchi asosiy omillar kesimida har xil transport turlarining bahosi

Transport turi	Transport turini tanlashga ta'sir etuvchi omillar					
	Etkazish vaqti	J o'natishlar chastotasi	Yuk etkazish grafigiga rioya qilishning ishonchligi	Turli yuklarni tashish qobiliyati	Yukni xududning istalgan nuqtasiga yetkaza olish qobiliyati	Tashish qiymati
Temir yo'l	3	4	3	2	2	3
Suv	4	5	4	1	4	1
Avtomobil	2	2	2	3	1	4
Quvur	5	1	1	5	5	2
Havo	1	3	5	4	3	5

Temir yo'l transportiga yuklarning tashishni tashishining qiymatini belgilash uchun umumiy, maxsus, imtiyozli, mahalliy tariflar qo'llaniladi.

Umumiy tariflar – bu tariflarning asosiy turidir. Ularning yordamida yuklarining asosiy massasini tashish qiymati aniqlanadi.

Maxsus tariflar deb-Maxsus ustamalar yoki chegirmalar bilan umumiy tariflarni farqlanuvchi tariflarga aytiladi. Bu tariflar oshirilgan yoki kamaytirilgan bo'lishi mumkin. Ular odatda faqat muayyan yuklarga nisbatan qo'llaniladi. Maxsus tariflar tovar mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarning joylashuviga ta'sir etishiga imkon beradilar, Chunki ular yordamida qiymatlarni tartibga solish mumkin.

Imtiyozli tariflar muayyan maqsadlar uchun yuklarni tashishda o'zlariga mo'ljallangan yuklarni tashishda qo'llaniladi.

Mahalliy tariflarni ayrim temir yo'llarning boshliqlari o'rnatadi. Bu tariflar ushbu temir yo'l chegralarida amal qiluvchi yuklarni tashish uchun to'lovlar o'lchamini va turli yig'imlar stavkalarini o'z ichiga oladi. Tashish to'lovlaridan tashqari, temir yo'l yuk oluvchi va jo'natuvchilaridan yuklarning tashish bilan bog'liq qo'shimcha xizmatlar uchun ham xaq oladi. Bu to'lovlar yig'imlar deb aytiladi, va temiryo'l tomonidan quyidagi operatsiyalarni bajargani uchun olinadi:saqlash, yuk og'irligini tekshirish, vagonlarni olib kelish va olib tashlash, ortish tushirish ishlari va boshqalar.

Temir yulda yuklarni tashish to'lovlariga ta'sir etuvchi asosiy omilarni sanab o'tamiz.

Jo'natish turi. Temiryo'l bo'ylab yuk vagonli, konteynerli kichik tonnali – 25 t gacha og'irligi va hajmi yarim vagongacha, va mayda tonnajli og'irligi 10 t gacha va xajmi 1/3 vagon hajmigacha, jo'natishlar bilan jo'natilgan bo'lishi mumkin.

Tashish tezligi. Temiryo'l bo'ylab yuk: Yuk , katta yoki yo'lovchi tezligida tashilishi mumkin. Tezlik turi yuk sutkasiga necha km bosib o'tishi lozimlini belgilaydi.

Tashish masofasi. Tashish to'lovi yuk va katta tezlikda tashilganda tarif

masofasi uchun, katta hajmga ega bo'lmagan yuklarni tashishda, yoki yuklarni yo'lovchi tezligida tashishda xaqiqatdan bosib o'tilgan masofa uchun olinadi.

Vagon yoki konteynerlarning mansubligi. Vagon, platforma yoki konteynerni, temir yo'lni, yuk oluvchini yoki yuk jo'natuvchini mulki bo'lishi mumkin.

Tashiladigan yuk miqdori-tashish qiymatiga muxim ta'sir etuvchi omil. Avtomobil transportida yuk tashishlar qiymatini aniqlash uchun tariflarni quyidagi turlarini qo'llaydilar:

-yuk tashishga bo'lgan kelishilgan tariflar.

-yuk tashishga bo'lgan to'lanadigan avtotonna – soat shartlaridagi tariflar.

-yuk avtomobillarini ishlatishi vaqti bo'yicha tariflar.

-km hisobi bo'yicha tariflar.

-harakat vositasining tarkibning boshqa joyga jo'natish uchun tariflar.

-shartnomaviy tariflar.

Tarif to'lovi o'lchamiga quyidagi omillar ta'sir ko'rsatadi.

-tashish masofasi.

-avtomobil yuk ko'tarishini ishlatish imkoniyatini tavsiflovchi yukning xajmi va og'irligi.

-avtomobil yuk ko'tara olishi.

-umumiy bosib o'tilgan yo'l.

-avtomobilni ishlatish vaqti.

-avtomobil turi.

-tashish amalga oshiriladigan hudud va bir qator boshqa omillar.

Avtomobil transportidan yuklarni tashishga bo'lgan tariflarning har biri barcha omillar yig'indisini emas balki muayyan tashish uchun ahamiyatli bo'lganlarinigina hisobga oladi.

Masalan: Kelishilgan tarif bo'yicha yuklarni tashish qiymatini hisoblash uchun tashish masofasini, yuk massasini va avtomobil yuk ko'tara olishi darajasini tavsiflovchi, yuk sinfini e'tiborga olish lozim. Yuk avtomobillarini ishlatish vaqti tarifi bo'yicha hisoblarni olib borishda avtomobil yuk ko'tara olishini, avtomobildan foydalanishi vaqtini va umumiy bosib o'tgan yo'lini hisobga olish kerak. Barcha hollarda avtomobillardan foydalanish uchun bo'lgan to'lov kattaligiga, tashish amalga oshirayotgan hudud ham ta'sir ko'rsatadi. Bu hududlar bo'yicha yuk tashishlar tannarxi darajasidagi barqaror farqlanishlar bilan tushuntiriladi. Hududiy koeffitsientlar yordamida tarif qiymatiga o'zgartirishlar kiritiladi.

Daryo transportida yuk tashish tariflari va qo'shimcha xizmatlar uchun yig'imlar bozor konyukturasini hisobga olgan xolda mustaqil ravishda belgilanadi.

Dengiz transportida yuklarni tashish uchun to'lovlar tarif bo'yicha, yoki FRAXT stavkasi bo'yicha amalga oshiriladi. Agarda yuk muntazam amalga oshirilayotgan yuk oqimi bo'yicha harakatlansa, unda tashish chiqimi kemalar yurishi tizimi bilan amalga oshiriladi. Bunda yuk jaddval bo'yicha va e'lon qilingan tarif bo'yicha hisoblanadi.

Yuk muntazam yuk oqimi bo'yicha harakatlanmagan hollarda tashish FRAXT stavkasi bo'yicha to'lanadi. FRAXT stavkasi bozorning kon'yukturasidan kelib chiqib belgilanadi va uning transport tavsiflariga yo'nalish sharoitlariga va xarajatlariga bog'liq.

Har kanday uskuna yoki jixozlarning unumdorligi deyilganda ularning vaqt birligida ishlab chiqargan mahsuloti tushiniladi. Avtomobillar yuk ma'lum masofaga tashib berishni hisobga olib, ularning unumdorligi vaqt birligida tashilgan yuk miqdori va tonna kilometrlarda o'lchanuvchi transport ishidan iboratdir.

Masalan, avtomobilning yuk bilan bir qatnovdagi yuk miqdorida o'lchanuvchi unumdorligi¹³:

$$Q = q_H \cdot \gamma_{CT}, t \quad (9.1)$$

bo'lsa, tonna-kilometrda bajargan transport ishi:

$$P_{IOK} = Q_{IOK} \cdot L_{IOK}, tkm \quad (9.2)$$

iborat bo'ladi.

Aytilganlarga ko'ra, bir ish kuni davomida avtomobilning unumdorligi:

$$Q_k = Q_{IOK} \cdot Z_{IOK} = q_H \cdot \gamma_{CT} \cdot Z_{IOK}, t \quad (9.3)$$

$$P_k = P_{IOK} \cdot Z_{IOK} = q_H \cdot \gamma_g \cdot Z_{IOK} \cdot L_{IOK}, t.km \quad (9.4)$$

bo'ladi.

Bundagi Z_{yuk} – bir ish kuni davomida yukli katnovlar soni.

O'z navbatida nolinci katnovga ham sarflangan vaqtni hisobga olingan bir ish kuni davomida yukli qatnovlar soni.

$$Z_{IOK} = \frac{T_{III}}{t_{a\underline{il}}} \quad (9.5)$$

bo'ladi.

Bunda T_{ish} – avtomobilning ishda bo'li shvaqti, soat:

t_{ayl} – bir to'liq qatnov uchun zarur vaqt, soat.

Bir to'liq qatnov uchun zarur vaqt, avtomobilning yuk ortish punktidan uni tushirish punktigacha yukli qatnovi, yuk tushirish punktidan navbatdagi yuk ortish punktigacha bo'sh qatnov vaqti hamda ortish-tushirish vaqti yiqindisidan iborat bo'ladi:

$$t_{a\underline{il}} = t_k^{IOK} + t_k^{\delta,k} + t_{o-t}, soat \quad (9.6)$$

bunda t_k^{IOK} - avtomobilning yukli qatnovi xarakat vaqti;

$t_k^{\delta,k}$ - bo'sh qatnovi xarakat vaqti;

t_{o-t} – transport vositasini yuk ortish-tushirish vaqti.

Xarakat vaqtini aniqlashlik uchun yukli va bo'sh qatnovlar masofasini, xarakat tezligi bo'lishlik lozim:

$$t_x = \frac{l_M}{V_T} = \frac{l_{IOK} + l_{\delta k}}{V_T} = \frac{l_{IOK}}{\beta \cdot V_T}, soat \quad (9.7)$$

Bunda t_{yuk} – avtomobilning yukli qatnovi masofasi;

$l_{b,k}$ – avtomobilning bo'sh qatnovi masofasi.

Amalda bo'sh qatnovlar avtomobilning orqasiga yoki navbatdagi ortishgacha bo'ladi;

V_t – avtomobilning texnik xarakat tezligi.

Amalda bo'sh qatnov masofasining aniq miqdoriga ko'ra, uning yukli

¹³ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

qatnoviga nisbatan tutuvchi o'zni aniqlanishini hisobga olinib, qatnov masofalaridan umumli foydalanish, ya'ni yukli qatnov koeffitsienti ko'rsatkichidan foydalaniladi. Bu koeffitsient umum qatnovdan qay darajada umumli foydalanganini xarakterlab, uning miqdorini qatnovlar davomidagi yukli qatnovlar umumiy miqdorini, barcha masofalariga nisbati qilib aniqlaniladi va uni texnika adabiyotlarida β (beta) harfi bilan belgilanadi.

Agar avtomobilning yukli qatnovlar masofasi va yo'l qatnovidan foydalanish koeffitsienti ma'lum bo'lsa, avtomobilning xarakat vaqtini yukli qatnovlar miqdorini, uning texnik xarakat tezligi (km/soat) va marshrutdagi yo'ldan foydalanish koeffitsienti ko'paytmasiga nisbati qilib aniqlanadi:

$$t_k = \frac{l_{IOK}}{\beta_M \cdot V_T} \quad (9.8)$$

bir aylanish vaqti esa:

$$t_{a\ddot{u}n} = t_k + t_{o-t} = \frac{l_{IOK}}{\beta_M V_T} + t_{o-t} = \frac{l_{IOK} + \beta_M \cdot V_T \cdot t_{o-t}}{\beta_M \cdot V_T} \quad (9.9)$$

bo'ladi.

Aylanish vaqt iva avtomobilning marshrutda bo'li shvaqti (T_m) ma'lum bo'lsa, ish kuni davomidagi qatnovlar miqdorini quyidagi formula bilan hisoblab topish mumkin:

$$Z_{IOK} = \frac{T_M}{t_{a\ddot{u}n}} = \frac{T_M \cdot \beta_M \cdot V_T}{l_{IOK} + \beta_M \cdot V_T \cdot t_{o-t}} \quad (9.10)$$

No'linchi qatnovni ham hisobga olinganda

$$Z_{IOK} = \frac{T_{uu} \cdot \beta_M \cdot V_T}{l_{IOK} + \beta_M \cdot V_T \cdot t_{o-t}} \quad (9.11)$$

bo'ladi.

Bundagi β - kun davomidagi, no'linchi qatnovi ham hisobga oluvchi yo'ldan foydalanish koeffitsientidir.

Demak, kun davomidagi yukli qatnovlar sonini oshirish uchun yoki avtomobilning ish kuni (i shvaqti, yoki kasr suratini) uzaytirishlik, yoki bir aylanish vaqti (kasrning mahraji)ni kamaytirish, yoki bir mahalning o'zida kasr suratini oshirish va mahrajini kamaytirish zarur.

Tashish masofasi beridgan holda bir aylanish vaqtini kamaytirish uchun avtomobilning texnik xarakat tezligini oshirish va avtomobilning ortish va tushirish operatsiyalarida bekor turi shvaqtini kamaytirishlik lozim bo'ladi.

Transport vositasining kunlik ish unumdorligi, bu bir qatnovda tashilgan yuk hajmi (t) va bajarilgan transport ishi (yuk oboroti) (tkm). Ular quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$Q_K = \frac{T_{III} \times q_H \times \gamma_{CT} \times \beta \times V_T}{l_{IOK} + \beta \times V_T \times t_{o-t}}, t \quad (9.12)$$

$$P_K = \frac{T_{III} \times q_H \times \gamma_{CT} \times \beta \times V_T \times l_{IOK}}{l_{IOK} + \beta \times V_T \times t_{o-t}}, tkm \quad (9.13)$$

bunda,

q_n - nominal yuk ko'taruvchanligi;

T_{ish} - ish vaqti;

v_t - o'rtacha texnik tezlik;

α - bosib o'tilgan yo'ldan foydalanish koeffitsienti;

γ_{st} - yuk ko'taruvchanlikdan statik foydalanish koeffitsienti;

t_{o-t} - yuk ortish-tushirishda bo'sh turish vaqti.

Inkotermsning maqsadi tashqi savdo sohasida keng qo'llanilayotgan savdo atamalarini izohlash bo'yicha xalqaro qoidalar to'plami bilan ta'minlashdan iborat. Shunday qilib, turli mamlakatlarda bunday atamalardan saqlanish yoki hech bo'lmaganda turli talqinlar noaniqligini ma'lum darajada qisqartitish mumkin.

Inkotermsning ta'sir qilish sohasi oldi-sotdi shartnomasi tomonlarining sotilgan tovarlarni yetkazib berishga nisbatan (bu yerda "tovar" deganda "moddiy tovarlar" tushuniladi, bundan kompyuter dasturiy ta'minot kabi "nomoddiy tovarlar" mustasno) huquq va majburiyatlari bilan bog'liq masalalar bilan cheklanadi.

Amaliyotda Inkotermsni noto'g'ri tushunishning ikkita varianti ko'p uchraydi. Birinchisi – bu Inkotermsni oldi-sotdi shartnomasiga emas, balki tashish shartnomasiga ko'proq munosabatga ega sifatida noto'g'ri tushunish. Ikkinchisi – bu ba'zida ular tomonlar shartnomaga kiritishni istagan barcha majburiyatlarni qamrab olishi kerak, degan tasavvurning noto'g'riligi hisoblanadi.

Xalqaro savdo palatasi tomonidan har doim ta'kidlab kelinganidek, Inkoterms oldi-sotdi shartnomalari doirasidagi faqat ma'lum jihatlarda sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi munosabatlar bilan aloqa qiladi.

Yeksportchilar va importchilar nafaqat oldi-sotdi, balki tashishlar, sug'urta va moliyalash shartnomalari muhim bo'lgan xalqaro sotish bitimlarini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan turli shartnomalar o'rtasidagi haqiqiy munosabatlarni hisobga olishi kerak. Bunda Inkoterms ushbu shartnomalarning biriga, ya'ni aynan oldi-sotdi shartnomasiga taaluqlidir.

Inkoterms shartnomani buzish oqibatlarini va turli to'siqlar natijasida javobgarlikdan ozod etish bilan shug'ullanmaydi. Ushbu masalalar oldi-sotdi shartnomasining boshqa shartlari va tegishli qonunlar tomonidan hal etilishi kerak.

8-jadval

INKOTERMS-2000 (Savdo atamalari tasnifi)

E guruhi	EX W	Franko zavod (.....kema nomi)
F guruhi Asosiy tashish to'lanmagan	FCA	Franko tashuvchi (.....tayinlangan joy nomi)
	FAS	Kema borti bo'ylab franko (.....yuklash porti nomi)
	FOB	Franko bort (.....yuklash porti nomi)
S guruhi Asosiy tashish to'langan	CFR	Narx va yuk (.....tayinlangan port nomi)
	CIF	Narx, sug'urta va yuk (.....tayinlangan port nomi)
	CPT	Yukni tashish gacha to'langan (.....tayinlangan joy nomi)
	CIP	Yukni tashish va sug'urta gacha to'langan (.....tayinlangan joy nomi)

V guruhi yetib kelishi	DAF	Chegaragacha yetkazib berish (.....etkazib berish joyi nomi)
	DES	Kemadan yetkazib berish (.....tayinlangan port nomi)
	DEQ	Pirstandan yetkazib berish (.....tayinlangan port nomi)
	DDU	Boj to'lamasdan yetkazib berish (.....tayinlangan joy nomi)
	DDP	

Inkoterm boshidan tovarlar milliy chegaralar orqali yetkazib berilishi uchun sotilayotgan holatlarda foydalanish uchun mo'ljallangan: shunday qilib - bu xalqaro savdo atamalaridir. Biroq Inkoterm amaliyotda ko'pincha tovarlarni faqat ichki bozorlar doirasida sotish uchun shartnomalarga kiritiladi.

“E” atamasi sotuvchiga eng kam majburiyatlar yuklaydi: sotuvchi tovarni faqat xaridor ixtiyoriga kelishilgan joyda – odatda sotuvchining shaxsiy binosida taqdim etishi lozim. Ikkinchi tomondan, amaliyotda ko'p uchraydigan narsa – bu sotuvchi ko'pincha xaridorga tovarni xaridorning transport vositasiga yuklashga yordam beradi. Agarda sotuvchi majburiyatlari kengaytirilib, yuklashni ham o'z ichiga olganda, sotuvchining eXW atamasi shartlariga muvofiq eng kam majburiyatlarining an'anaviy tamoyillarini ulardan sotuvchi tovarni yuklashga nisbatan hech qanday majburiyatlarni qabul qilmagan holatlar uchun foydalanish maqsadida saqlash qarorini qabul qilinganida edi YeXW atamasi buni yaxshiroq aks ettirgan bulur edi. Mabodo xaridor sotuvchi ushbu vazifani ham bajarishini istasa, bu oldi-sotdi shartnomasida ko'rsatilishi kerak.

“F” atamasi sotuvchi tovarni xaridor ko'rsatmalariga muvofiq tashishini ko'zda tutadi. Tomonlar FCA atamasiga ko'ra yetkazib berishni amalga oshirishni ko'zda tutadigan punkt majburiyatlarning turli xilligi tufayli ushbu atama bilan tuzilgan shartnomada uchrashi mumkin bo'lgan qiyinchiliklarni yuzaga keltirdi.

Masalan, tovar xaridor tomonidan tovarni sotuvchi binosidan olib ketish uchun yuborilgan transport vositasiga ortilishi mumkin; ikkinchi holatda tovar xaridor tomonidan tovarni terminal, ya'ni xaridorga yetkazib berish uchun yuborilgan transport vositasidan tushirishni talab qilishi mumkin. Inkoterm 2000 shartnomada ko'rsatilgan yetkazib berish joyi sifatida sotuvchi binosi hisoblanib, yetkazib berish yakunlangan, tovar xaridorning transport vositasiga yuklangan holatlar shartlashgan bo'lsa, boshqa holatlarda yetkazib berish yakunlangan va tovar xaridor ixtiyoriga sotuvchi transport vositasidan tushirilmasdan yetkazib berilgan bo'lsa ushbu variantlarni hisobga oladi. Transportning turli turlari uchun qayd etilgan variantlari FCA atamasida keltirilgan.

CFR va CIF atamalari bo'yicha yetkazib berish punktlariga mos keladigan yetkazib berish punkti FOB atamasiga muvofiq ma'lum tortishuvlarga qaramasdan Inkoterm 2000da o'zgarishlarsiz qoldi. Garchi FOB atamasi bo'yicha “tovarni kema bandiga yetkazib berish” tushunchasi hozir ko'pchilik holatlarda to'g'ri kelmasligi mumkin. Biroq shunga qaramay savdogarlar tomonidan ushbu atama tushuniladi va tovarlar hamda yuklash qurilmalari hisobga olingan holda qo'llanilmoqda. yetkazib berish punktini FOB atamasiga ko'ra o'zgartirish ayniqsa

dengiz yo‘li bilan odatda charter-to‘plarda keltiriladigan tovarlarni sotishga nisbatan keraksiz chalkashliklarni yuzaga keltiryapti.

Afsuski, FOB so‘zi ayrim savdogarlar tomonidan faqatgina har qanday yetkazib berish punktini – masalan “FOB fabrika”, “FOB zavod”, “FOB sotuvchi zavodidan” punktlarini belgilash uchun foydalanilmoqda. Bunda “Franko bort” qisqartma so‘z tushunchasiga e‘tibor berilmayapti. “FOB”dan bu kabi foydalanish chalkashlikni yuzaga keltirish moyilligiga ega bo‘lgan vaziyatlar saqlanib qolmoqda va bundan saqlanish kerak.

“S” atamasi sotuvchiga tashishlarni o‘z hisobidan oddiy sharoitlarda tashish shartnomasini tuzishni yuklaydi. Shu bois u transport sarf-harajatlarini to‘lashi lozim bo‘lgan punkt tegishli “S” atamasidan so‘ng ko‘rsatilishi shart. CFR va CIF atamalariga muvofiq sotuvchi tovarni sug‘urtalashi va sug‘urta harajatlarini ko‘tarishi kerak. Chunki harajatlarni taqsimlash nuqtasi tovar yetkazib berilishi mumkin bo‘lgan mamlakatda ro‘yxatga olinadi. “S” atamasi ko‘pincha yetib kelish shartnomalari bilan noto‘g‘ri hisob-kitob qiladi. Bunda sotuvchi tovar kelishilgan punktga yetib kelmasa barcha tavakkalchilik va harajatlarni ko‘taradi. Biroq shuni ta‘kidlash kerakki, “S” atamasi sotuvchi tovar yuklanadigan yoki jo‘natiladigan mamlakatda shartnomani bajarishi nuqtai nazaridan “F” atamasi ega bo‘lgan xususiyatga ega bo‘ladi. Shunday qilib, “S” atamasiga muvofiq oldi-sotdi shartnomalari “F” atamasi bo‘yicha shartnomalar kabi yuklash shartnomasi toifasiga kiradi.

Yuklash shartnomalari xususiyatida tovarlarni odatiy yo‘nalishlar bo‘yicha oddiy usulda kelishilgan joygacha tashishning odatdagi transport sarf-harajatlari sotuvchi tomonidan to‘lanishi kerak. Bunda xaridor tovarni yo‘qotishi yoki aynishi bo‘yicha tavakkalchilikni o‘z zimmasiga oladi, shuningdek, tovar tegishli ravishda tashish uchun yetkazib berilganidan so‘ng ham ahamiyatga ega voqealar natijasida paydo bo‘ladigan qo‘shimcha sarf-harajatlarni ko‘taradi. Shunday qilib, “S” atamasi boshqa atamalardan o‘z ichiga ikkita “keskin” nuqtani olishi bilan ajralib turadi. Ulardan biri sotuvchi ungacha transport tashkil qilishi va tashish shartnomasiga ko‘ra sarf-xarajatlarni ko‘tarishi kerak bo‘lgan nuqta, ikkinchisi esa tavakkalchiliklardan o‘tish uchun xizmat qiladi. Shu sababli sotuvchiga majburiyatlarni qo‘shishda imkon qadar ehtiyotkorlikka rioya qilinishi kerak. Ushbu majburiyatlar sotuvchi tavakkalchilikning yuqorida qayd etilgan nuqtadan tashqariga chiqqanda yuklatiladi. Sotuvchi tashish shartnomasini tuzib, tovarni tashuvchiga topshirib, CFR va CIF atamalariga muvofiq sug‘urtalashni ta‘minlab oldi-sotdi shartnomalarini tegishli ravishda bajarganidan so‘ng uni har qanday keyingi tavakkalchilik va sarf-harajatlardan xalos etish “S” atamasining mohiyati hisoblanadi.

“S” atamasining mohiyati yuklash shartnomalari singari hujjatli kreditlardan bunday holatlarda ishlatiladigan asosiy to‘lov uslubi sifatida keng foydalanish orqali izohlanishi ham mumkin. Oldi-sotdi tomonlari sotuvchi hujjatli kredit bo‘yicha kelishilgan yuklash hujjatlarini taqdim etganidan so‘ng haq olishini kelib oladi. Bunda hujjatli kreditning asosiy maqsadlari sotuvchi hujjatli kreditlar bo‘yicha yoki tovarni yuklab, jo‘natganidan so‘ng haq olganidan keyin ham tavakkalchilik va harajatlarni o‘z zimmasiga olishini to‘liq inkor etadi. Albatta, sotuvchi tashish

shartnomasi bo'yicha yuk haqi oldindan to'langan, u yuklanganidan so'ngmi yoki tayinlangan joyda to'lanishidani qat'iy nazar (yuk haqi yuk oluvchi tomonidan belgilangan portda to'lanishi kerak) barcha sarf-harajatlarni to'lashiga to'g'ri keladi. Biroq yuk ortilib jo'natilganidan so'ng ahamiyatga ega voqealar natijasida paydo bo'lishi mumkin bo'lgan qo'shimcha harajatlarni xaridor tomonidan to'lanadi.

Agarda sotuvchi o'z ichiga boj, soliq va boshqa to'lovlarni oladigan tashish shartnomasini ta'minlashi shart bo'lsa, bunday harajatlarni albatta shartnomaga ko'ra sotuvchiga yuklanadi.

Agarda odatda tovarni oraliq punktlarda tayinlangan joyga yetish uchun qayta yuklash bilan bog'liq bir qancha tashish shartnomalari tuzilsa, sotuvchi ushbu barcha sarf-harajatlarni, shuningdek, tovarni bitta transportdan boshqasiga qayta yuklash natijasida yuzaga keladigan harajatlarni ham to'lashi kerak. Biroq agarda tashuvchi o'z huquqlaridan kutilmagan to'siqlardan (masalan, muz, ish tashlash, mehnat buzilishlari, hukumat qarorlari, urush yoki harbiy harakatlar) saqlanish uchun tashish shartnomasiga muvofiq foydalansa, bundan kelib chiqadigan barcha qo'shimcha sarf-harajatlarni xaridor hisobiga yoziladi. Chunki sotuvchi majburiyatlari oddiy tashish shartnomasini ta'minlash cheklanadi.

Ko'pincha oldi-sotdi shartnomasini tuzgan tomonlar sotuvchi qay darajagacha tashish shartnomasini, qayta yuklash sarf-harajatlarni ta'minlashi kerakligini aniq aniqlashni istaydi. Negaki, bunday sarf-harajatlarni odatda tovar doimiy kema liniyalari bo'yicha tashilsa, oldi-sotdi shartnomasi ko'pincha tovar shu tarzda yoki "yuklarni reys kemalarida tashish shartlari"ga muvofiq tashilishini ko'zda tutsa, yuk hisobidan to'lanadi. Boshqa holatlarda esa CFR va CIF atamalaridan so'ng "qayta yuklashni qo'shib" so'zi qo'shiladi. Shunga qaramay, qisqartma so'zni "S" atamasidan so'ng u tegishli savdo sohasida aniq tushinilmasa va kelishayotgan tomonlar yoki tegishli qonunda yoxud savdo odatlarida qabul qilinmasa qo'shishi tavsiya etilmaydi.

Chunonchi, sotuvchi "S" atamasi xususiyatini o'zgartmasdan o'z zimmasiga tovarning mo'ljallangan joyga yetib kelishi bo'yicha hech qanday majburiyatni olmasligi kerak. Chunki tashish paytida kechikishni xaridor o'z zimmasiga oladi. Shunday qilib, har qanday majburiyat yuklash yoki jo'natish joyiga tegishlidir.

Tovar bilan savdo qilishda tovarni dengizdagiligida sotib olish hollari uchray turadi. Bunday hollarda savdo shartidan so'ng "suzishda" so'zi qo'shiladi. Negaki, bunday holatlarda CFR va CIF atamalariga ko'ra tovarni yo'qotish yoki buzilish xavfi sotuvchidan xaridorga o'tgan bo'ladi, izohlashda qiyinchiliklar paydo bo'ladi. Bu borada imkoniyatlardan biri CFR va CIF atamalarini odatiy ma'nosini xavfni sotuvchi va xaridor o'rtasida tasqimlashga nisbatan saqlash hisoblanadi, ya'ni aynan xavf yuk ortilganidan so'ng. Bu xaridor oldi-sotdi shartnomasi kuchga kirganidan so'ng bo'ladigan voqealar oqibatlarini o'z zimmasiga olishga majbur bo'lishini anglatadi. Xavfning o'tish paytini aniqlaydigan ikkinchi imkoniyat yangi oldi-sotdi shartnomasini tuzish vaqti hisoblanadi. Birinchi imkoniyat haqiqatga yaqinroq, chunki odatda tovar holatini tashish paytida aniqlash mumkin. Shu sababli BMTning 1980 yildagi tovarlar bilan savdo qilish xalqaro shartnomasi to'g'risidagi Konvensiyasining 68-moddasida "agarda ahvol shuni taqozo etsa, xavf xaridor tomonidan tovar tashish shartnomasida tuzilgan hujjatni bergan tashuvchiga

topshirilayotgan paytdan boshlab qabul qilinishi” ko‘zda tutilgan. Biroq bu qoidada “sotuvchi tovar yo‘qotilgan yoki ayniganligini bilgan yoki bilishi shart bo‘lgan va bu haqda xaridorga xabar bermaganligi” istisno qilinishi mumkin. Shunday qilib, CFR va CIF atamalarini “suzishda” so‘zini qo‘shgan holda sharhlash mazkur oldi-sotdi shartnomasiga qo‘llaniladigan qonunga bog‘liq. Tomonlarga qo‘llanilayotgan qonun va har qanday qarorga ishonch hosil qilish tavsiya etiladi. Shubha tug‘ilganda esa tomonlarga ushbu masalani o‘zlarining shartnomasida aniqlashtirib olish tavsiya etiladi.

“D” atamasiga muvofiq DDPdan tashqari sotuvchi mo‘ljallangan mamlakatga import uchune tozalangan tovarni yetkazib berishga majbur emas.

An’anaviy tarzda DTQ atamasiga ko‘ra sotuvchi tovarni tozalashiga majbur, negaki ushbu tovar pristanga yuklanishi kerak va shu tarzda import qilayotgan mamlakatga chiqib ketishi lozim. Bojxona tozalashlar tartiblaridagi o‘zgarishlar oqibatida ko‘pgina mamlakatlarda hozir manfaatdor mamlakatda muntazam yashab kelayotgan tomon tozalashni amalga oshirib, boj va yuboshqa to‘lovlarni to‘lashi maqsadga muvofiqdir. Shu sababli FAS atamasidagi o‘zgartishlar DEQ atamasiga ham kiritildi.

Ko‘pgina mamlakatlarda Inkotermga kiritilmagan savdo atamalaridan asosan yuklarni temir yo‘lda tashishlarda (franko chegara) foydalanilmoqda. Biroq bunday sharoitlarda odatda sotuvchining tovarni chegaragacha tashish paytida uni yo‘qotish yoki buzilishi bo‘yicha tavakkalchilikni o‘z zimmasiga olishi ko‘zda tutilmaydi. Ushbu holatlarda chegara ko‘rsatilgan holda SRT atamasidan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Ikkinchi tomondan esa, agarda tomonlar sotuvchi tovarni tashishda tavakkalchilikni o‘z zimmasiga olishini nazarda tutsa, bunda chegara ko‘rsatilgan holda DAF atamasidan foydalanish lozim.

Muhokama uchun savollar

1. Transport logistikasining mohiyati va vazifalari nimalardan iborat.
2. Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish jarayonlarida transport vositalarining turlarini va sonini tanlash.
3. Transport tariflari va ularni qo‘llash qoidalari.
4. Logistik zanjirning harajatlarini aniqlash tartibi.
5. Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetkazib beruvchilarini tanlash tartibi.
6. Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini tashishda mahsulot yo‘qotishlari.
7. Transport vositasining kunlik ish unumdorligi ifodalang va izoh bering
8. Inkoterms-2000 shartlari nimalardan iborat va uning maqsadi nima.
9. Qishloq xo‘jaligini boshqarishda axborot logistikasi
10. Axborot oqimlari tushunchasi
11. Axborot tizimlari
12. Qishloq xo‘jaligida axborot tizimlarini barpo etish prinsiplari
13. Axborot texnologiyalaridan agrar sohada foydalanish imkoniyatlari.
14. Shtrix-kodlarni avtomatik aniqlash usullarini qo‘llash
15. Axborot oqimlari. Ularning roli va ahamiyati.
16. Axborot logistikasi nima?

17. Axborot oqimlarining namoyon bo'lish shakli.
18. Axborot oqimlari tasnifi.
19. Axborot oqimlarini boshqarish mohiyati.
20. Logistikada axborot tizimining ahamiyati.
21. Logistik axborot tizimlar qanday guruhlarga bo'linadi?
22. Axborot jarayonlarining turlari.
23. EHM bazasida logistik axborot tizimlarini tuzishning asosiy tartiblari.
24. Axborot tizimlari qanday miqdor ko'rsatkichlari bilan ifodalanadi?

MOLIYAVIY LOGISTIKA

Reja:

- 1. Moliyaviy logistika oqimlari tushunchasi, mohiyati va tasnifi.**
- 2. Moliyaviy oqimlarni boshqarish. Raqobatbardosh iqtisodiy oqimlar va ularni logistizatsiyalash.**
- 3. Logistikada iqtisodiy-matematik modellashtirish.**

1. Moliyaviy logistik oqimlar tushunchasi, mohiyati va tasnifi.

Logistikada moddiy oqimlarga moliyaviy xizmat ko'rsatishning asosiy maqsadi ularning harakatini eng samarali moliyaviy manbalardan foydalangan holda kerakli miqdorda, kerakli muddatda moliyaviy resurslar bilan ta'minlash hisoblanadi. Hech bo'lmaganda bunday holatda har bir moddiy oqimga o'zining yagona moliyaviy oqimi to'g'ri keladi.

Shakllanayotgan va rivojlanayotgan bozor iqtisodiyoti sharoitlarida tovar oqimlarining harakati samaradorligini oshirish ko'pincha ularga moliyaviy xizmat ko'rsatishni yaxshilash hisobidan erishiladi. Bu esa o'z navbatida logistik moliyaviy oqimlarni ajratish va o'rganish zaruratini yuzaga keltiradi.

Tovar oqimlariga moliyaviy xizmat ko'rsatish mexanizmi ayni paytda hali unchalik o'rganilmagan soha hisoblanadi va ko'plab masalalarga turlicha qarashlar mavjud. Shuningdek, bunday tafovut moliyaviy oqimlar mohiyatini aniqlashda ham kuzatiladi. Mazkur muammoni o'rganishda ikkita asosiy yondoshuvni ajratish mumkin:

1. moliyaviy oqim deganda moliyaviy mablag'larning makro va mikrologistik muhitdagi har qanday ko'chishi tushuniladi;
2. moliyaviy mablag'larning faqat logistik tizimlar yoki ular o'rtasidagi harakati.

Birinchi nuqtai nazarga amal qiladigan olimlar moliyaviy oqim mohiyatini avvalambor, moliyaviy mablag'lar umumiylikining vaqtdagi o'zgarishlari bilan bog'laydi. Masalan, makroiqtisodiy nazariya bo'yicha katta mutaxassis hisoblangan Lourens Xarris oqim va zahira tushunchalari o'rtasida farqni quyidagicha tushuntiradi: "Zahiraning o'zgaruvchanligi faqatgina ma'lum bir paytda aniqlanishi mumkin, uning hajmi esa vaqt ko'lamiga ega emas. Oqimning o'zgaruvchanligi esa faqat davriy aylanish (vaholanki ushbu davr juda kam bo'lishi mumkin) sifatida aniqlanishi mumkin, uning hajmi vaqt o'lchamiga ega".

Ushbu nuqtai nazar A.V.Popov tomonidan ko‘rib chiqilmoqda. Muallifning fikricha, pul oqimi harakatni, ya’ni korxonada pul oqimlarining kelishi va ketishini ifoda etadi.

Oqimning hajmi har qanday vaqt oralig‘iga mo‘ljallanishi va ushbu davrda amalga oshirilgan pul mablag‘larining kelib tushishi hamda to‘lovlariga teng bo‘lishi mumkin.

Ikkinchi nuqtai nazarga amal qiluvchi olimlar hozircha moliyaviy oqim mohiyatiga nisbatan yagona fikrga kelganicha yo‘q. Ko‘pchilik olimlar moliyaviy oqimni tijorat logistikada boshqaruv ob‘ektining tarkibiy qismi sifatida ko‘rib chiqadi. Masalan, A.U.Albekov va D.D.Kostoglodov o‘zlarining o‘quv qo‘llanmasida O.A.Novikov va S.A.Uvarov kabi olimlarning qarashlarini ko‘rib chiqadi. Ushbu olimlar “korxonaning moliyaviy yutug‘i faqatgina moddiy resurslar harkati bilan ta’minlanishi mumkin emas, tijorat logistikada boshqaruv ob‘ekti moddiy resurslar, xizmatlar va moliya jammuljamligi hisoblanadi”, deb hisoblaydi. B.K.Plotkin ham xuddi shunday fikrda. U logistik konsepsiya mohiyatini tadqiq etar ekan, “mazkur konsepsiya tovar ishlab chiqarish sharoitlarida moddiy resurslarning harakati tabiiy-ashyoviy shaklda moliyaviy mablag‘lar harakatini keltirib chiqaradi va ushbu harakat bilan kechishiga asoslanadi. Buning ustiga har ikki oqim ham dialektik birlikda bo‘ladi. Shunday qilib tijorat logistikasida bir butun ob‘ekt - tovarlar+pul yoki mahsulot+moliya boshqaruv ob‘ekti hisoblanadi”, deb ta’kidlagan.

Logistikada moliyaviy oqimlar mohiyati va o‘rniga nisbatan Ye.V.Nushtaeva ham o‘z nuqtai nazarini keltiradi. U moddiy resurslar harakatini logistik tizim doirasida boshqarish zarurligini ushbu harakatni ta’minlovchi moliyaviy resurslarni boshqarish bilan chambarchas bog‘liqlikka asoslaydi. Shu sababli Ye.V.Patusheva “moliyaviy resurs”, “kapital” va “moliyaviy oqim” kabi tushunchalar mohiyatini ko‘rib chiqadi. Muallifning fikriga ko‘ra, moliyaviy resurs - bu xo‘jalik yuritish sub‘ekti ixtiyoridagi pul mablag‘lari, kapital - bu oborotga yo‘naltirilgan va shu oborotdan foyda keltiradigan moliyaviy resurslarning bir qismi, **moliyaviy oqim** - bu moliyaviy resurslarning logistik tizimda va ular o‘rtasida moddiy oqimlar harakatini ta’minlash uchun kerak bo‘lgan yo‘naltirilgan harakati.

Shunday qilib, logistik moliyaviy oqimlar tovar oqimlarining samarali o‘tishi uchun yaratiladi va foydalaniladi. Bunda ularning xususiyatlari birinchi galda aynan tegishli moddiy oqimning kenglik va vaqt bo‘ylab ko‘chishi jarayoniga xizmat ko‘rsatishdan iborat.

Demak, **logistik moliyaviy oqim** - bu moliyaviy mablag‘larning logistik tizim, shuningdek, muayyan moddiy oqimning samarali harakatini ta’minlash uchun zarur bo‘lgan logistik tizim va tashqi muhit o‘rtasida aylanib yuradigan yo‘ltirilgan harakatidir.

Logistik moliyaviy oqimlar tarkibi, harakat yo‘nalishlari, belgilangan maqsad va boshqa qator belgilar bo‘yicha bir xil emas. Logistik moliyaviy oqimlarni eng samarali boshqaruv usulini aniqlash ehtiyoji ularni batafsil tasniflashga sabab bo‘ladi. Logistikada moliyaviy oqimlari tasniflash uchun quyidagi asosiy belgilar ajratilgan (35-rasm).

1. Logistik tizimga nisbatan quyidagilar farqlanadi:

-tashqi muhitda mavjud, ya'ni logistik tizimning ko'rib chiqilgan chegarasidan tashqaridagi tashqi moliyaviy oqimlar;

-logistik tizim ichidagi va moddiy oqimlarga mos keladigan qator logistik operatsiyalarni bajarish hisobidan turini o'zgartiruvchi ichki moliyaviy oqimlar.

2. Tashqi logistik moliyaviy oqimlar harakat yo'nalishi bo'yicha quyidagilarga bo'linadi:

-kiruvchi, ya'ni bunda moliyaviy oqim ko'rib chiqilayotgan logistik tizimga tashi muhitdan kelib tushadi;

-chiquvchi moliyaviy oqim o'z harakatini ko'rib chiqilayotgan logistik tizimdan boshlaydi va tashqi muhitda mavjudligini davom ettiradi.



35-rasm. Logistikada moliyaviy oqimlarning tasnifli chizmasi.

3. Logistik moliyaviy oqimlar belgilangan maqsadi bo'yicha quyidagi guruhlariga bo'linadi:

-tovarlar sotib olish jarayoni bilan bog'liq moliyaviy oqimlar;

-investitsiyaviy moliyaviy oqimlar;

-ishchi kuchini ishlab chiqarish bo'yicha moliyaviy oqimlar;

-korxonalarining ishlab chiqarish jarayonida moddiy sarf-harajatlarni shakllantirish bilan bog'liq moliyaviy oqimlar;

-tovarlarni sotish jarayonida yuzaga keladigan moliyaviy oqimlar.

4. Logistik moliyaviy oqimlar tovarlarga bo'nak qimaytiga o'tkazish uslubi bo'yicha quyidagilarga bo'linadi:

-korxonaning asosiy jamg'armalari harakatiga hamrohlik qiladigan (ularga investitsiyaviy moliyaviy oqimlar va moddiy harajatlarni shakllantirish bilan bog'liq qisman moliyaviy oqimlar kiradi);

-korxonaning aylanma mablag'lari harakati bilan bog'liq (ularga moliyaviy oqimlarni belgilangan maqsad bo'yicha tasniflashda ajratilgan moliyaviy oqimlarning barcha qolgan guruhlari kiradi).

5. Logistikada barcha moliyaviy oqimlarni hisob-kitoblarning qo'llanilayotgan shakllaridan qat'i nazar ikkita katta guruhga tabaqalashtirish mumkin:

-so'm va valyuta hisob-kitobi bo'yicha naqd moliyaviy resurslar oqimiga bo'linadigan naqd moliyaviy mablag'lar harakatini ta'riflaydigan moliyaviy pul oqimlar;

-axborot-moliya oqimlari naqd pulsiz moliyaviy mablag'lar harakati bilan bog'liq bo'lib, ularga to'lov topshiriqlari, hisob-kitob cheklari hisob-kitob qilish bo'yicha naqd pulsiz moliyaviy resurslar kiradi. Naqd pulsiz hisob-kitoblarni tashkil etishda to'lov hujjatlari harakati to'g'risidagi axborot oqimi bir xil yo'nalishga va tovar oqimi bilan paydo bo'lish manbaiga ega. Bunda moliyaviy oqim o'zining bevosita harakatini banklarning korxonaxaridor va korxonasotuvchi vakolatli bo'limlari o'rtasida amalga oshiradi va tovar oqimiga nisbatan qarshi yo'nalishga egadir. Tovar, axborot va moliyaviy oqimlar harakatining umumiy chizmasi barcha oqim jarayonlari boshlanishining bir-biriga mosligi hisobga olingan holda keltirilgan. Biroq naqd pulsiz hisob-kitoblarning har qanday mo'ayyan shakli mahsulot, to'lov hujjatlari va pul harakatining o'z navbatini ko'zda tutadi.

-hisobga olish-moliyaviy oqimlar tovarlarni ishlab chiqarishda yoki bo'nak qiymatini ko'paytirish bosqichida xizmat ko'rsatishda paydo bo'ladi. Bo'nak qiymatini ko'paytirish deganda tijorat tashkilotining ishlab chiqarish jarayonida moddiy harajatlarni shakllantirish jarayoni tushuniladi.

Moliyaviy resurslarning mazkur jarayon doirasidagi harakatini esa logistik hisobga olish-moliyaviy oqim ifodalaydi.

6. Xo'jalik aloqalari turlari bo'yicha quyidagilar farqlanadi:

-tadbirkorlik faoliyatining teng huquqli sub'ektlari o'rtasidagi moliyaviy mablag'lar harakatini aks ettiruvchi gorizontal moliyaviy oqimlar;

-sho'ba va bosh tijorat tashkilotlari o'rtasida o'tadigan vertikal moliyaviy oqimlar.

Zamonaviy moliya bozorini rivojlantirishning shakli va yo'nalishlarining xilma-xilligi, shuningdek, uning O'zbekistonda bozor munosabatlarini barqarorlashtirish sharoitlarida faoliyat yuritish mexanizmining o'ziga xos xususiyati tovar oqimlari harakatiga moliyaviy xizmat ko'rsatishda qimmatli qog'ozlar va ularning hosila vositalaridan keng foydalanish imkoniyatini yuzaga keltiradi. Shuni ta'kidlash kerakki, fond bozori vositalarini samarali qo'llash moliyaviy oqimlarni optimallashtirishdan tashqari korxonaxaridor va korxonaxaridor xo'jalik faoliyatining samarali ko'rsatkichlarini ancha yaxshilash imkonini beradi. Birinchi navbatda, bu xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning soliq to'lovlarini minimallashtirish orqali sof foyda olishni ko'paytirishni yaxshilashga ta'aluqli. Ayni paytda ularni pasaytirish uchun davlat qimmatli qog'ozlarining ayrim turlari va turli emitentlar veksellarini chiqarish hamda muomalaga kiritish

imkoniyatlaridan foydalanish mumkin. Ushbu sohada O.A.Novikov, S.A.Uvarov kabi olimlar korxonalarining soliq solinadigan bazalarini fond bozorlarining qayd etilgan vositalarini qoʻllagan holda kamaytirishning mavjud chizmalaridan baʼzilarini koʻrib chiqmoqda. Odatda sotib oluvchi korxonalar oldi-sotdi bitimlarini moliyaviy taʼminlashda ularning tijorat banklarida hisob-raqamlarida toʻplangan pul mablagʻlaridan foydalanadi. Ayni paytda ular uchun quyidagi chizmalarni qoʻllash samaraliroq boʻlishi mumkin (2-rasm): sotib oluvchi korxonalar oʻzining mavjud pul mablagʻlarini imtiyozli soliq solish koʻzida tutilgan qimmatli qogʻozlar (masalan, davlat yoki mahalliy qisqa muddatli obligatsiyalar) sotib olishga yoʻnaltiradi, kerakli tovarlar sotib olish uchun esa tijorat bankdan kredit oladi. Bunday holatda kredit boʻyicha qonunchilik tomonidan belgilangan stavkalar doirasidagi foizlar ishlab chiqarish va tovarlar aylanishiga ketadigan harajatlar tarkibida hisobga olinadi, sotib olingan qimmatli qogʻozlar boʻyicha olingan daromadlar esa alohida hisobga olinadi va imtiyozli soliq solinadi.

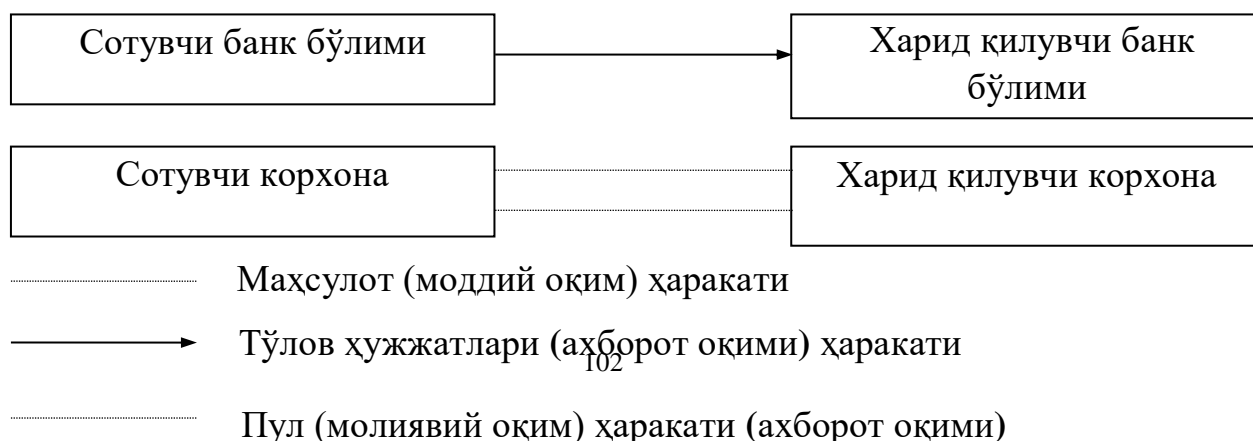
Koʻrib chiqilgan chizmalarni sotib oluvchi korxonaning amaliy faoliyatida samarali qoʻllash uchun qoʻshimcha omillar, yaʼni kredit qiymati va uni qaytarish muddati, davlat yoki mahalliy obligatsiyalarni sotib olishda tijorat bankining vositachilik miqdori, pul mablagʻlarini oʻtkazish muddati, qimmatli qogʻozlar bozorining faoliyat yuritish qonunchiligi va hokazolarni hisobga olish zarur. Sanab oʻtilgan omillarni fond bozorida ishlaydigan va uni biladigan konyutera oʻzgarishini aytib berish qobiliyatiga ega mutaxassislarning ishtirokisiz har tomonlama tahlil qilib boʻlmaydi. Bunday mutaxassislarning tajribasi koʻp holatlarda taklif etilgan chizma uning 30 kun mobaynida umumiy davom etishida ijobiy natija berishini koʻrsatadi.

Sotib oluvchi korxonalar tomonidan sotib olish operatsiyalari samaradorligini oshirish uchun davlat va mahalliy qimmatli qogʻozlardan foydalanish sharoitlarida tovar hamda moliyaviy oqimlarning harakati 36-rasmida keltirilgan.

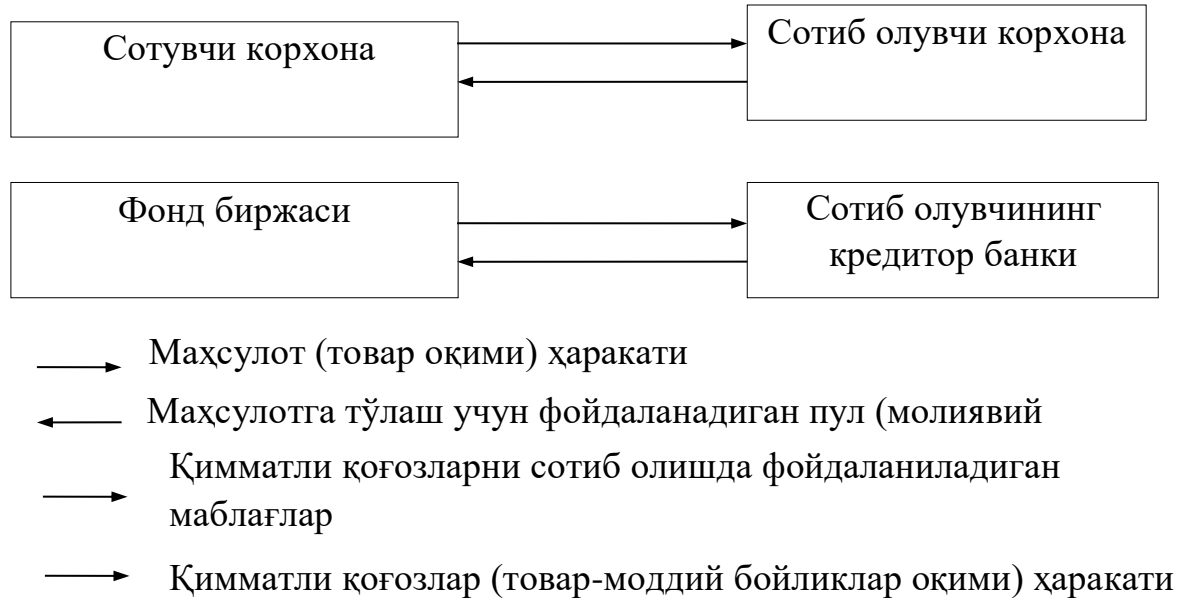
Oqim jarayonlari chizmasi sotib oluvchi korxonalar hisob-raqami ochilgan tijorat banki ushbu korxonalar uchun bir vaqtning oʻzida kreditor-bank hisoblanishi toʻgʻrisidagi taklifdan kelib chiqqan holda soddalashtirildi. Haqiqatda esa bunday holat har doim ham uchramasada, eng qulay hisoblanishi mumkin (36-rasm).



36-rasm.Товар va moliyaviy oqimlar harakatining oddiy chizmasi.



37-rasm. Naqd hisob-kitoblarni amalga oshirishda tovar, axborot va moliyaviy oqimlar harakatining umumiy chizmasi.

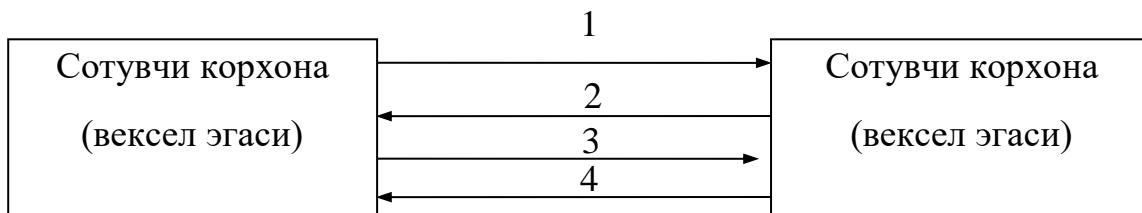


38-rasm. Sotib oluvchi korxonadan soliq to'lovlarini minimallashtirishda tovar va moliyaviy oqimlar harakatining namunaviy chizmasi.

Chizma tahlil shuni ko'rsatadiki, logistik moliyaviy oqim (ya'ni asosiy tovar oqimi - tovar-moddiy boyliklar oqimi harakati bilan bog'liq moliyaviy oqim) tashkil topish manbalari bo'yicha tijorat banking kredit resurslari hisobidan tashkil topgani bois qarz hisoblanadi. Ayni paytda sotib oluvchi korxonada o'z pul mablag'laridan davlat yoki mahalliy qimmatli qog'ozlar sotib olish uchun foydalanadi. Bu esa logistik moliyaviy oqimlarga hamrohlik qiladigan 2-moliyaviy oqimni shakllantiradi. Qimmatli qog'ozlarning harakati o'z navbatida, ular tovarlar hisoblagani bois yangi tovar oqimi - tovar-nomoddiy boyliklar oqimining paydo bo'lishiga olib keladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, yuqorida qayd etilgan tovar oqimlarini har birini alohida yoki birgalikda optimallashtirish mumkin. Biroq faqat ikkinchi holatda oqimlar jarayonini boshqarishda logistik yondoshuvdan foydalanish mo'ayyan korxonaga uchun katta iqtisodiy samara keltiradi.

Korxonalarining xo'jalik faoliyatida davlat va mahalliy qimmatli qog'ozlardan tashqari ularning soliq to'lovlarini minimallashtirish maqsadida foizli va diskont veksellar qo'llanishi mumkin. Ularning muomalada bo'lishi moliyaviy oqimlar harakati chizmasini sezilarli tarzda o'zgartiradi.



1- Маҳсулот (товар оқими) ҳаракати

2- сотувчи харидорга вексел беради

3- сотувчи векселни белгиланган муддатда тўлов учун

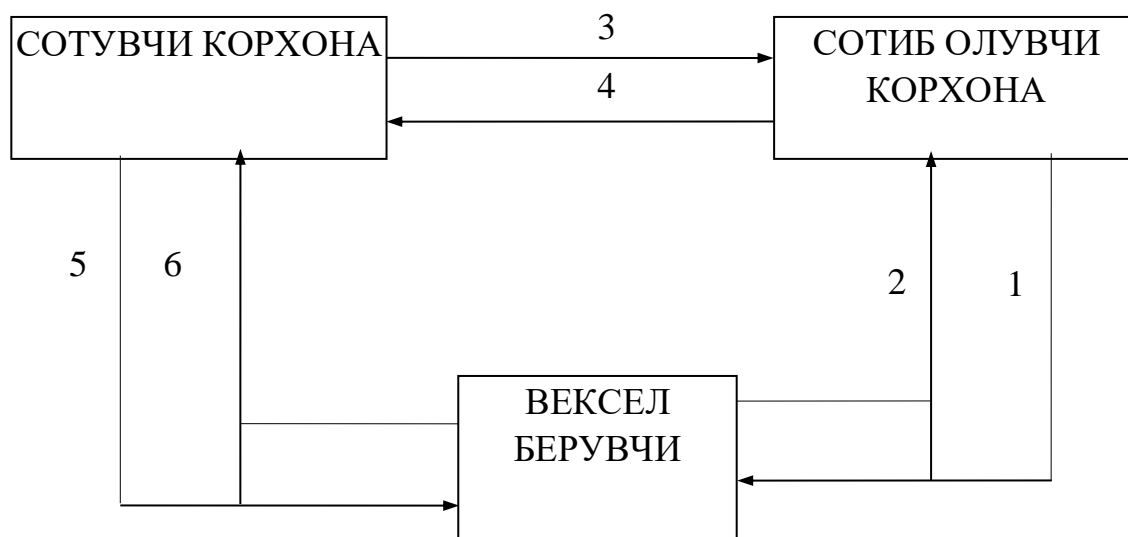
39-rasm. Oddiy vekseldan foydalanishda oqimlar jarayonlar chizmasi.

Masalan, hisob-kitoblarda oddiy foizli vekseldan foydalanilganda tovarlar yetkazib berish uchun to'lov summasi ikki qismga- veksel nominali va veksel foizlariga bo'linadi. Bu esa tovarlar narxini pasaytirish va oborot soliqlarini kamaytirish imkonini beradi. Sotuvchi korxonaga oddiy foizli veksel yozdirgan sotib oluvchi korxonaga uchun veksel nominali xarid qilingan tovarlar narxini, uning foizlari esa ishlab chiqarish va muomala harajatlari tarkibida to'liq hisobga olinadigan to'lovni kechiktirilgani uchun to'lovni aks ettiradi. O'z navbatida tovarlari uchun ana shunday vekseldan ega bo'lgan sotuvchi uchun faqat veksel nominaligina qo'shimcha qiymat va oborotdagi boshqa soliqlar sifatida olinadi, uning foizi esa qimmatli qog'ozlar bo'yicha daromadlarda hisobga olinadi. Ayni paytda bunday daromad bo'yicha 15 foiz soliq to'lanadi. Oddiy foizli vekselni qo'llashda tovar va moliyaviy oqimlar harakati tartibi **5-rasmda** keltirilgan.

Keyingi paytda qimmatli qog'ozlar bozorida odatda mahsulot yetkazib berishni tashkil etishda o'zaro hisob-kitoblarni yaxshilash uchun qo'llaniladigan turli emitentlarning o'tkaziladigan diskont veksellari keng tarqalgan. O'tkazish vekselini nominal qiymatdan past narxda sotib olish veksel beruvchi korxonaga bilan uning tovarlari va xizmatlari uchun hisob-kitob qilishda ma'lum miqdordagi pul mablag'larini tejash imkoniyatini yuzaga keltiradi. Bundan tashqari, veksel beruvchidan qarzdor korxonalar uning veksellarini uchinchi shaxsdan bajonidil qabul qiladi (o'z tovarlarini yetkazib berganligi uchun to'lov sifatida) va ulardan qarzlarni so'ndirish uchun foydalanadi. Biroq o'tkazish vekseldan foydalanishdalogistik tovar oqimiga moliyaviy yordam ko'rsatish mexanizmi yanada murakkablashadi. Bu holatda moliyaviy oqim xarakati **40-rasmda** keltirilgan chizmadagim ko'rinishda ega bo'ladi.

Logistik moliyaviy oqim o'tazish vekselini qo'llashda oddiy vekseldan foydalanishda tovar oqimiga moliyaviy xizmat ko'rsatish mexanizmi bilan taqqoslanganda faqat o'tkazish vekseli muomalasi bo'yicha barcha ko'rsatilgan operatsiyalar bajarilgandagina ana shunday hisoblanadi. Buning ustiga vekselni

qaytarish veksel beruvchi tomonidan belgilangan muddatda pul mablag'larini to'lash va kontragentlar o'rtasida mavjud majburiyatlar hisob-kitobi orqali ham amalga oshirilishi mumkin.



1-Маҳсулот сотувчи томонидан ўтказиш векселини харид қилишда фойдаланиладиган маблағлар ҳаракати

2-Харидорга ўтказиш векселини бериш

3- Маҳсулот (товар оқими) ҳаракати

4- ...

40-rasm. O'tkazish vekselidan foydalanishda tovar va moliyaviy oqimlar harakati chizmasi.

Moddiy oqimlarga xizmat ko'rsatishning moliyaviy mexanizmini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, birinchidan, logistik moliyaviy oqimning mavjudligi birinchi navbatda ularga xizmat ko'rsatayotgan moddiy oqimning mavjudligi bilan bog'liq, ikkinchidan, moliyaviy oqimlarning yo'nalishi, hajmi, paydo bo'lish manbai va harakati boshlash vaqti tovar sotuvchi va xaridor tomonidan o'zaro kelishilgan hamda oldi-sotdi shartnomasida ko'zda tutilgan hisob-kitob shakliga bog'liq, uchinchidan, keyingi paytda keng tarqalgan tovar sotuvchi va xaridor o'rtasida o'zaro hisob-kitoblarni optimallashtirish uchun turli qimmatli qog'ozlar turlaridan foydalanish amaliyoti bir tomondan tovar oqimlariga moliyaviy xizmat ko'rsatish mexanizmini ancha murakkablashtirgan bo'lsa, ikkinchi tomondan uni qo'llash samaradorligini oshirdi.

Logistika va moliyaviy rejalashtirish sohasida tadqiqotlar bilan shug'ullanuvchi olimlar fikriga ko'ra, qimmatli qog'ozlardan foydalangan holda o'zaro hisob-kitoblar chizmasining mo'ayyan shartlariga rioya qilish tovar yetkazib berish uchun to'lanadigan to'lovlar summasining 10 foizdan 30 foizigacha tejab qolish imkonini beradi.

Shuni hisobga olish kerakki, tovar oqimlariga moliyaviy xizmat ko'rsatishning mexanizmi xo'jalik aloqalarining xususiyatlariga ham bog'liq, ya'ni:

-bevosita (mahsulotni sotib oluvchi va sotuvchi o'rtasida bevosita o'rnatiladi) va bivosita (tijorat vositachi ishtirokida o'rnatiladi) aloqalar. Logistik tizimda uchinchi sub'ekt, ya'ni tijorat vositachisining borligi bilan aniqlanadigan bivosita xo'jalik aloqalarining o'ziga xos xususiyati logistik vositalarni mahsulotning ishlab chiqaruvchi korxonalaridan iste'molchi korxonalariga harkatini tashkil etish hamda xizmat ko'rsatish bo'yicha vositachilik xizmatlarini ko'rsatish sohasida qo'llash xususiyatlarini takshirish zarurligini yuzaga keltiradi.

2. Raqobat iqtisodiy oqimlar va ularning logistizatsiyasi.

Bozor turidagi iqtisodiy oqimlar M.Porter tomonidan batafsil tekshirilgan raqobatning beshta ta'siri ostida tovar va xizmatlarning raqobat oqimlariga aylanmoqda. Shu nuqtai nazardan tovar va xizmatlarning quyidagi oqimlarini raqobatchi deyish mumkin:

-raqobatchi firmalar tomonidan ishlab chiqilishi mumkini bo'lgan o'xshash tovarlar va xizmatlar oqimi;

-o'zaro raqobatlasha oladigan o'rnini bosuvchi (substitlar) tovar va xizmatlar oqimi;

-tovar ishlab chiqaruvchilar foydalanish uchun raqobatlashadigan moddiy-texnika resurslari oqimi;

-iste'molchilarning tovar va xizmatlar bozoridagi raqobatlashayotgan to'lovga layoqatli ehtiyojlari oqimi;

-shakllangan bozordagi tovarlar va xizmatlarning raqobat takliflari oqimi.

Bu va boshqa iqtisodiy oqimlarni logistik tashkil etish ko'pincha raqobatning ijobiy salohiyatini oshirgan holda, salbiy raqobat ta'sirini bartaraf etishga yordam beradi.

Raqobat muhitida iqtisodiy oqimlarni tizimli optimallashtirish logistika vositalaridan foydalanish logistik zanjir ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini qo'shilishini ta'minlashni ko'zda tutadi.

Ayni paytda iqtisodiy oqimda har doim ishtirokchilar o'rtasida kelishuvni izlash va o'rnatish asosida iqtisodiy manfaatlarni birlashtirish imkoniyati yotadi. Xususan, ana shu haqda A.I.Semenko "logistik yondoshuvning paydo bo'lishi va undan samarali foydalanish" sharoitlarini tekshirishda yozadi va ular quyidagilardan iborat:

-oqimli jarayonning tashkiliy yaxlitligi;

-oqimli jarayonning texnologik yaxlitligi;

-tovar ayriboshlash va qayta ishlab chiqarishning oqimli jarayonlarining iqtisodiy yaxlitligi;

-oqimli jarayonlarning axborot yaxlitligi.

Alohida firma iqtisodiy oqimining tashkiliy yaxlitligini ta'minlash uchun uning barcha ishtirokchilari manfaatlarini umumiy boshqaruv tizimini tashkil etish orqali tashkiliy va funksional asoslangan logistik markaz yoki logistik zanjir ishtirokchilaridan birining iqtisodiy oqimlarni boshqarish bo'yicha vakolatini berish shaklida kelishtirishni talab etiladi. Birinchi va ikkinchi holatda ham o'zaro kelishuv kelinishi aniq va raqobat muhitida antagonistik ziddiyatlarni olib tashlanadi.

Logistika nafaqat moddiy oqimlar, balki iqtisodiy oqimlar bilan ish olib boradi. Bu borada A.I.Semenko logistikani quyidagicha ta'riflaydi: "Logistika bu yangi ilmiy yo'nalish bo'lib, uning asosiy vazifasi iqtisodiy oqimlarni, shu jumladan ishlab chiqarish-tijorat (tadbirkorlik) faoliyati, tijorat va boshqa shakllardagi oqimli jarayonlarni mufassal tashkiliy-tahliliy optimallashtirish hisoblanadi". Iqtisodiy oqimning firma tomonidan asoslangan va tashkil etilgan batafsil ta'rifi "Marketing va firma logistikasi" o'quv qo'llanmasi mualliflari tomonidan taklif etilgan. Ular firmaning iqtisodiy oqimlarini "umumfirma maqsadlariga erishish uchun firmaning shaxsiy, qarz olingan va jalb qilingan resurslari harkatining o'zaro bog'liq va zaro asoslangan jarayonlar" sifatida ta'riflaydi. Firma iqtisodiy oqimlarining barcha turlari 1-javaldagi keltirilgan.

Raqobatdagi iqtisodiy oqimlarni logistizatsiyalash - bu logistik zanjirlar ishtirokchilari o'rtasida har bir iqtisodiy oqim harajatlari va natijalari bo'yicha kelishuvlarni doimiy izlash demakdir.

Shunday qilib, raqobatdagi iqtisodiy oqimlar bu:

-iqtisodiy oqimlar harakati amalga oshiriladigan logistik zanjirlar (kanallar) ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini qo'shilganligi;

-logistik tizimda iqtisodiy oqimlarni optimallashtirish va oqilona tashkil etish uchun yaratilayotgan iqtisodiy o'zaro kelishuvlarni o'rnatish;

-bozorning tashkiliy va iqtisodiy mustaqil sub'ektlari resurslarini ulardan iqtisodiy oqimlarda samarali foydalanish uchun kooperatsiyalash.

Bunda shuni esda saqlash kerakki, logistika raqobatni umuman bartaraf etmaydi, balki faqat insofsiz raqobat maydonini cheklaydi va raqobat kurashini logistik tizim tashqarisiga o'tkazadi. Logistikning mazkur xususiyati avtomatik tarzda amalga oshirilmaydi va o'zini qulay tashqi muhitda, ya'ni jamiyatning nisbatan iqtisodiy va siyosiy barqarorligida to'liq namoyon qiladi.

10-jadval

Firmaning iqtisodiy oqimlarining tasnifi

Tasnifiy belgisi	Oqimlar
Firmaga munosabat	Tashqi Firma ichidagi
Iqtisodiy tabiat	Moddiy Moliyaviy Mehnat Axborot
Ishlab chiqarish bosqichlari	Sotib olish (ta'minot) Ishlab chiqarish ichidagi Taqsimlash (sotish)
Boshqaruvchanlik darajasi	Firmaga bog'liq Firmaga bog'liq bo'lmagan

Bog'liqlik darajasi	Bog'liq Bog'liq bo'lmagan
Tarqatish ko'lami	Mikro oqimlar Makro oqimlar
Logistizatsiya xususiyati	Logistizatsiyalanmagan Qisman logistizatsiyalangan To'liq logistizatsiyalangan

Insofsiz raqobatdan uzoqlashgan holda, faqat raqobatdagi iqtisodiy oqimlarga ularni optimallashtirish va oqilona tashkil etishning yetarli darajada logistik imkoniyatiga ega, degan xulosaga kelish mumkin. Bunda raqobatdagi iqtisodiy oqimlar harakati amalga oshiriladigan logistik zanjirlar (kanallar) ishtirokchilari aholiqining quyidagi asosiy turlarini ajratish mumkin:

- umumtuzim foydalar ishtirokchilarning xudbin maqsadlaridan ustun kelganda iqtisodiy manfaatlarni birlashtirishga asoslangan kooperativ ahloq;

- ishtirokchilar o'rtasida ularning bir-biriga o'zaro ko'nikishi asosida kelishiuvlarni doimiy izlashni nazarda tutadigan moslashuvchan ahloq;

- ishtirokchilar tomonidan o'zlarining qonuniy huquqlarining bir qismini yanada yuqori umumtuzim samaraga ega bo'lish uchun ixtiyoriy berishini ko'zda tutadigan korporativ ahloq;

- tovarlar bozorida ustunlik qiluvchi firmalardan birining ishtirokchisini yoki ishlab chiqarish omillarini majburiy jalb etadigan jahldorlik ahloqi.

Har qanday holatda ham ya'ni raqobatdagi iqtisodiy oqimlarni logistizatsiyalash jarayonini tashabbus qiladigan logistik zanjir (kanal) ishtirokchisi bo'lmish firma quyidagi qator talablarga javob berishi kerak. Ushbu talablarni shartli ravishda ikki guruhga ajratish mumkin: 1) tashqi (raqobat) muhitiga moslashish qobiliyati; 2) o'zining iqtisodiy salohiyatini oshirish imkoniyati. Birinchi guruhga odatda quyidagilar kiradi:

- tashqi muhitni, iqtisodiy oqimlarda raqobat kuchlarini marketing va logistik tahlil qobiliyati;

- iqtisodiy oqimlarda logistik va raqobat muammolarini o'z vaqtida aniqlash qobiliyati;

- bozor talablari va iqtisodiy oqimlarda raqobat takliflariga bir xil moslashish qobiliyati;

- firma va logistik zanjirning (kanal) boshqa ishtirokchilarning raqobat imkoniyatlarini oshirish imkonini beradigan marketing, logistik va boshqa iqtisodiy yangiliklarni joriy qilish qobiliyati;

- raqobatdagi iqtisodiy oqimlarni qamrab oladigan logistik tizimlar ishlashini shakllantirish va tashkil etish qobiliyati.

O'z iqtisodiy salohiyatini oshirish imkoniyatlariga kelsak, ular quyidagilarga tenglashtirilishi mumkin:

- nobarqaror iqtisodiy konyutura sharoitida firmaning barqarorligini ta'minlash imkonini beradigan moliyaviy imkoniyatlar;

-logistik zanjir ishtirokchilari texnika va texnologiyasini birlashtirish uchun kerakli shart-sharoitlar yaratadigan texnika-texnologik imkoniyatlar;

-raqobatdagi iqtisodiy oqimlarda logistik yangiliklarni tatbiqni muvaffaqiyatli ishlab chiqish va amalga oshirish imkonini beradigan intellektual imkoniyatlar;

-axborot texnologiyalarini yaratishdan tortib yagona axborot muhitini shakllantirish uchun kerakli sharoitlar yaratadigan axborot imkoniyatlari.

Raqobatchilikda firmaning (korporatsiya) logistik ustuvorligi deganda logistik salohiyatdan firma ichidagi (korporativlar ichidagi) va tashqi iqtisodiy oqimlarda yanada to'liqroq va samaraliroq foydalanish tushuniladi. Umuman olganda ushbu ustuvorliklar quyidagicha tavsiflanadi:

-xo'jalik aloqalari bo'yicha kontragent, shuningdek, yetkazib beruvchilar, kreditorlar, tijorat vositachilari, iste'molchilar va boshqalarni muvaffaqiyatli tanlash;

-tayyor mahsulot va xizmatlar tovar harakatini taqsimlash va tashkil etishning eng maqbul kanallarini topish;

-eng ma'qul logistik zanjirlar va operatsiyalarni modellashtirish va amalga oshirish;

-barcha iqtisodiy oqimlarda resursni tejash strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish uchun eng qulaysharoitlar yaratish;

-logistik tizimlarning barcha ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini birlashtirish va boshqalar.

Bu va boshqa logistik afzalliklar firmaning logistika vositalaridan kompleks tarzda foydalanish hisobidan o'ziga xos integral raqobat imkoniyatini shakllantiradi. Raqobat ustuvorligi va firma raqobatbardoshligining asosiy tizimni tashkil etuvchi logistika omili uning integral imkoniyati hisoblanadi. Bu borada quyidagi tamoyillarni ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir:

-strategik rivojlanish maqsadlariga javob beradigan samarali va moslashuvchan (rivojlangan va ixtisoslashgan) tashkilotni tashkil etish;

-funksional faoliyatning samarali uyg'un birligi va balansligini (ixtisoslashganligi va rivojlanganligi) ta'minlash;

-rivojlanishning yuqori (ustunlik) salohiyatiga (ixtisoslashganligi va rivojlanganligi), barqaror va uzoq muddatli raqobat ustuvorligiga, ya'ni raqobatbardoshlikka ega sotuvchilar, yetkazib beruvchilar bilan xo'jalik aloqalari hamda ishblarmonlik munosabatlarni o'rnatish, qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish;

-xaridorlar va iste'molchilar bilan xo'jalik aloqalari va ishblarmonlik munosabatlarni o'rnatish, qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish;

-rivojlanishning yuqori (ustunlik) salohiyatiga (ixtisoslashganligi, rivojlanganligi va talabchanligi), va yuksak raqobatbardoshlikka ega vositachi (tijorat) tashkilotlar bilan xo'jalik aloqalari hamda ishblarmonlik munosabatlarni o'rnatish, qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish;

-yuqori rivojlanish salohiyati va taqlid qilish emas, balki taqqoslash hamda qo'llab-quvvatlash uchun ma'lum bir standar sifatidagi yuqori raqobatbardoshlikka ega taniqli raqobatchilar bilan raqobatning keskinligi va jadalligi.

Firmaning raqobat imkoniyatining logistika va barcha omillarning ta'siri ostida muntazam ma'lum bir davriylik bilan ko'rinishi o'zgaradi. Odatda raqobat

imkoniyatining davrlari firma raqobatbardoshligini ifodalaydigan tovar va boshqa yangiliklarni joriy qilishning hayotiy davrlariga deyarli o'xshash. Shundan kelib chiqqan holda, firma raqobatbardoshligi hayotiy davrining beshta bosqichini aniqlash mumkin:

-yuzaga kelish, ya'ni sezilarli darajada raqobat ustunligiga ega tovar yoki boshqa yangilikning paydo bo'lishi sababli firmaning raqobat imkoniyati shakllana boshlaydi;

-firmaning raqobat ustunligi o'sishini tezlashtirish;

-firmaning raqobat ustunligi o'sishini sekinlashtirish;

-firmaning raqobat ustunligining yetukligi raqobat imkoniyatini xo'jalik aylanmasiga jalb qilish natijasida boshlanadi;

-firma raqobat ustunligining pasayishi odatda ko'proq ustunlikka ega raqobatchilar ta'sirida sodir bo'ladi.

Raqobat ustunligi qancha ko'p saqlansa, firma yangiliklarni, shuningdek, iqtisodiy oqimlarni logistizatsiyalashni shuncha ko'p muvaffaqiyatli amalga oshiradi va raqobatni buzgan holda, vaqtinchalik monopoliyani sun'iy yaratadi.

Muhokama uchun savollar

1. "Moliyaviy oqim" tushunchasi mohiyatini tushuntirib bering.
2. Moliyaviy oqim tushunchasini ta'riflang.
3. "Moliyaviy resurs" va "kapital" tushunchalari nimani anglatadi?
4. Moliyaviy oqimlar tasnifini ifodalang.
5. Raqobat oqimlar mohiyatini tushuntirib bering.
6. Raqobatdagi iqtisodiy oqimlar logistikasi nima degani?
7. Korxonaning iqtisodiy oqimlari tasnifini ifodalang.
8. Raqobatdagi iqtisodiy oqimlar harakati amalga oshiriladigan logistik zanjir ishtirokchilari hulqining asosiy turlarini tushuntirib bering.
9. Raqobat ustunligini logistizatsiyalash mohiyati nimadan iborat?

AXBOROT LOGISTIKASI

Reja:

- 1. Axborot oqimlari tushunchasi.**
- 2. Axborot tizimlari.**
- 3. Qishloq xo'jaligida axborot tizimlarini barpo etish tamoyillari.**
- 4. Global axborot texnologiyalari. Internet tizimidan foydalanish.**

Moddiy oqimlarni boshqarish jarayoni asosida, logistik tizimlardagi axborotni qayta ishlash yotadi. Shunday ekan, logistikaning asosiy tushunchalaridan biri bu axborot oqimidir.

Axborot oqimi -bu logistik tizim ichida, logistik tizim va tashqi muhit orasida harakatlanuvchi, logistik operatsiyalarning boshqaruvi va nazorati uchun zarur bo'lgan xabarlar va ma'lumotlar yig'indisidir. Axborot oqimi qog'oz va elektron hujjatlar ko'rinishida bo'lishi mumkin.

Logistikada axborot oqimlarining quyidagi turlarini ajratadilar.

-oqim bilan bog'lanuvchi tizimlar turiga ko'ra: gorizontaal va vertikal;

-o'tish joyiga ko'ra: ichki va tashqi;

-logistik tizimga nisbatan yo'nalishiga ko'ra: kiruvchi va chiquvchi.

Axborot oqimi joriy oqimdan oldin, u bilan birga, yoki undan keyin harakatlanishi mumkin. Bunda axborot oqimi moddiy oqim bilan bir tomonga yoki qarama-qarshi tomonga yo'naltirilgan bo'lishi ham mumkin.

-qarama-qarshi yo'nalishdagi, moddiy oqimdan oldin keluvchi axborot oqimi, odatda, buyurtma to'g'risidagi ma'lumotlardan iborat bo'lishi mumkin;

-to'g'ri yo'nalishdagi, moddiy oqimdan oldin keluvchi axborot oqimi, kelishi kutilayotgan tovarlar to'g'risidagi birlamchi ma'lumotlardan iborat bo'lishi mumkin;

-to'g'ri yo'nalishda moddiy oqim bilan birgalikdagi axborot oqimida, moddiy oqimning miqdor va sifat parametrlari to'g'risidagi axborotlar kelishi mumkin;

-qarama-qarshi yo'nalishdagi moddiy oqimdan keyin kelgan axborot oqimida, tovarlarni, moliyaviy mablag'larni qabul qilinganligi natijalari, sifati va miqdori to'g'risidagi, turli xil e'tirozlar to'g'risidagi axborotlar o'tishi mumkin.

Umuman olganda axborot oqimining harakatlanish yo'li, moddiy oqim harakati yo'nalishi bilan bir xil bo'lmasligi mumkin.

Axborot oqimi quyidagi ko'rsatkichlar bilan tavsiflanadi.

-kelib chiqish manbai;

-oqim harakati yo'nalishi;

-jo'natish va qabul qilish tezligi;

-oqim intensivligi va boshqalar.

Axborot tizimlarining shakllanishi oqimlarining ayrim ko'rsatkichlari kesimidagi tekshirishlarsiz amalga oshmaydi. Misol uchun, biror korxonani hisoblash texnikasi bilan ta'minlash masalasini, ushbu ish joyi orqali o'tadigan axborot hajmi va qayta ishlashining zaruriy tezligini bilmasdan hal qilib bo'lmaydi.

Moddiy oqimni quyidagi tarzda boshqarish mumkin:

-oqim yo'nalishini o'zgartirib;

-jo'natish tezligini, unga muvofiq bo'lgan qabul qilish tezligigacha cheklab;

-oqim hajmini ayrim bo'lim yoki tarmoqning o'tkazish qobiliyati kattaligigacha cheklab.

Axborot oqimi bir vaqt birligi ichida qayta ishlanadigan yoki o'tkaziladigan axborot miqdori bilan o'lchanadi.

Biror-bir ma'lumotdagi axborot miqdorini tashish usullari, kibernetika fanining axborot nazariyasi bo'limida o'rganiladi. Ushbu nazariyaga muvofiq axborot miqdori birligi sifatida, ikkilangan birlik –Bit qabul qilingan. Elektron hisoblash texnikasini qo'laganda axborot baytlarda o'lchanadi. Bundan kelib chiqan xolda kilobayt, megabayt va gigabaytlardan ham foydalaniladi.

Xo'jalik faoliyati amaliyotida axborot quyidagicha o'lchanishi mumkin:

-qayta ishlagan yoki uzatilgan hujjatlar miqdori bilan*

-qayta ishlanadigan yoki uzatiladigan hujjatlardagi hujjat qatorlarining umumiy soni bilan.

Shuni ham etiborga olish lozimki, iqtisodiy tizimlarda, logistik

operatsiyalardan tashqari, axborot oqimi sodir bo'lishi va uzatilishi bilan kuzatiladigan, boshqa operatsiyalar ham amalga oshiriladi. Ammo logistik axborot oqimi umumiy axborot oqimining eng ahamiyatli qismini tashkil etadi. Ayniqsa ishlab chiqarish korxonalarida va ulgurji savdo korxonalarida bu xol yaqqol sezilib turadi.

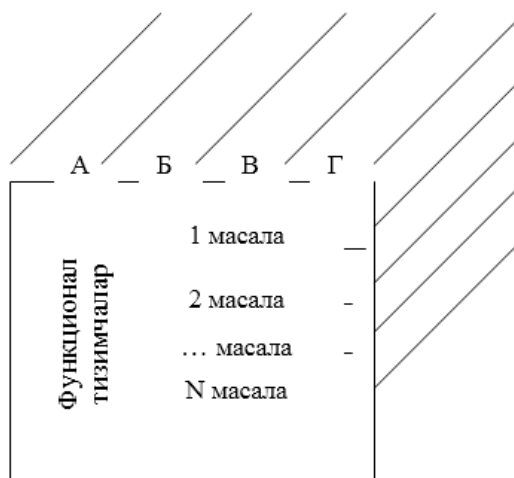
Har bir logistik tizimining muhim unsuri bo'lib, aqborot o'tishi va qayta ishlanishini ta'minlovchi tizimcha xizmat qiladi. O'z navbatida bu «tizimcha» ham turli xil tizimchalardan tashkil topgan murakkab axborot tizimidan iboratdir. Boshqa tizimlar singari, axborot tizimi ham tartibli o'zaro bog'langan unsurlardan tashkil topishi va integrativ jihatlarning biror- bir birligiga, «yig'indisiga» ega bo'lishi lozim. Ko'p hollarda aqborot tizimlarini ikkita tizimchaga ajratadilar: funksional va ta'minlovchi (30 - rasm)¹⁴

Funksional tizimcha, maqsadning umumiyliqi belgisi bo'yicha guruhlangan, yechiladigan masalalar yig'indisidan iborat. Ta'minlovchi tizim esa, o'z navbatida, quyidagi unsurlarni o'z ichiga oladi:

-texnik ta'minot, ya'ni aqborot oqimlarini qayta ishlashni va uzatishni ta'minlovchi texnik vositalari yig'indisi;

-aqborot ta'minoti, u o'z ichiga turli ma'lumotlar, klassifikatorlar, kodifikatorlar, ma'lumotlarni rasmiy izohlash vositalarini oladi;

-matematik ta'minot, ya'ni funksional masalalarni yechishning uslublari yig'indisi.



Shartli belgilar:

A- texnik ta'minot

B- aqborot ta'minoti

V- matematik ta'minot

G- boshqa ta'minot vositalari

30.-Rasm. Aqborot tizimi tuzilmasi

Logistik aqborot tizimlari, odatda logistik jarayonlarni boshqarishning avtomatlashtirilgan tizimi sifatida namoyon bo'ladilar. Shuning uchun ham logistik aqborot tizimlaridagi matematik ta'minot – bu dasturlar majmui va moddiy oqimlar

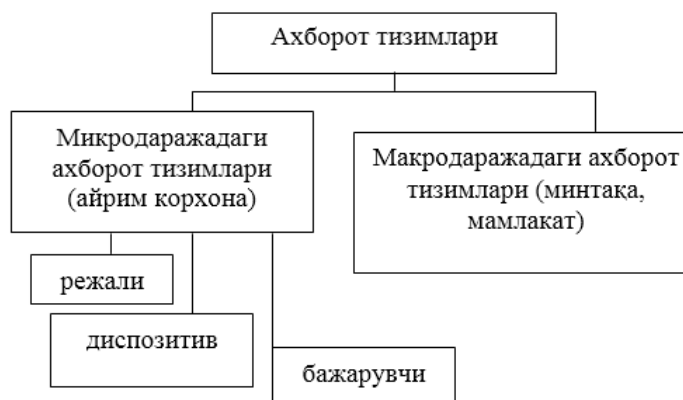
¹⁴ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

boshqaruvi masalalari yechilishini, matnlarni qayta ishlashni, so‘rov ma’lumotlarini olishni va texnik vositalar amal qilishini ta’minlovchi dasturlash vositalari yig‘indisidir.

Logistikaning axborot tizimlaridagi unsurlar orasidagi aloqalarni tashkil etilishi, ana’naviy ahborot tizimlarinikidan sezilarli ravishda farq qilishi mumkin. Logistikada axborot tizimlari barcha unsurlarni har tomonlama integratsiyasini, ta’minlashlari lozim. «Logistik tizimlarning axborot texnik ta’minoti, axborot jihatlari va uni qayta ishlashning texnik vositalari to‘plami bilan emas, balki ularni barpo etish uchun qo‘llaniladigan uslublar va tamoyillar bilan farq qiladi».

Axborot tizimi ta’rifini quyidagicha ifodalash mumkin: axborot tizimi – bu u yoki bu funksional masalalar (logistikada – moddiy oqimlarni boshqarish bo‘yicha masalalar) yechimini ta’minlovchi, o‘zaro bog‘langan hisoblash texnikasi vositalarining muayyan tarzda tashkil etilgan yig‘indisi birligidir. *Logistikada axborot tizimlari turlari*

Logistikada axborot tizimlari ayrim korxonalar miqyosidagi moddiy oqimlarni boshqarish maqsadida, yoki mintaqalar, mamlakat va hattoki mamlakatlarning guruhlarida hududidagi logistik jarayonlarni tashkil etishga yordam berish uchun tashkil etilishlari mumkin. (31- rasm).



31-Rasm. Logistikada qo‘llaniladigan axborot tizimlari turlari

Ayrim korxonalar miqyosidagi axborot tizimlarini o‘z navbatida uch guruhga ajratadilar:

- rejali;
- dispozitiv (yoki dispatcherlik);
- bajaruvchi (yoki operativ).

Har xil guruhlariga mansub bo‘lgan logistik axborot tizimlari, o‘zlarining funksional va ta’minlovchi tizimchalari bilan farqlanadilar. Ta’minlovchi tizimchalar o‘zlarining barcha unsurlari, ya’ni texnik, axborot va matematik ta’minoti bilan bir-biridan farq qilishlari mumkin. Ayrim axborot tizimlarining xususiyatlariga batafsil to‘xtalib o‘tamiz.

Rejali axborot tizimlari. Bu tizimlar boshqaruvning ma’muriy darajasida (bosqichida) barpo etiladilar va strategik uzoq muddatli qarorlarni qabul qilishga yordam beradilar. yechiladigan masalalar orasida quyidagilar bo‘lishi mumkin:

- logistik zanjir bo‘g‘inlarini yaratish va ularni optimallashtirish;

- shartli-muntazam, ya'ni kam o'zgaradigan ma'lumotlarni boshqarish;
- ishlab chiqarishni rejalashtirish;
- zaxiralarni umumiy boshqaruvini amalga oshirish;
- rezervlarni boshqarish va boshqa masalalar.

Dispozitiv axborot tizimlari. Bu tizimlar ombor yoki sexni boshqarish darajasida (bosqichida) barpo etiladilar va logistik tizimlarning yaxshi yo'lga qo'yilgan ishini ta'minlash uchun xizmat qiladilar. Bunda quyidagi masalalar o'z yechimini topishlari mumkin:

- zaxiralarni (omborga qo'yishni) boshqarish;
- ombor (q.x. korxonasi) ichidagi transportni boshqarish;
- buyurtmalar bo'yicha yuklarni tanlash, butlash, jo'natiladiganlarini hisobga olish va boshqalar.

Boshqaruvchi axborot tizimlari ma'muriy yoki operativ boshqaruv darajasida (bosqichida) barpo etiladilar. Bu tizimlarda axborotlarni qayta ishlanishi, ularni eHMga kelib tushishi tezligida amalga oshiriladi. Bu ishlarning barchasi birdaniga amalga oshiriladi, hamda ishlab chiqarish va xizmatlarining hozirgi holati to'g'risida ma'lumot olish, hamda boshqaruv ob'ektlariga nisbatan tadbirlarni o'z vaqtida o'tkazish imkonini beradi. Ushbu tizimlar moddiy oqimlar nazorati, ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatishni operativ boshqaruvi, harakatlanishlar boshqarilishi va boshqalar bilan bog'liq bo'lgan turli xildagi masalalarni yechishlari mumkin.

Yuqorida aytib o'tilganidek, ta'minlovchi tizimchalarda ham farqlar mavjud. Rejali, dispozitiv va bajaruvchi axborot tizimchalari dasturiy ta'minotining tavsifiy xususiyatlariga batafsil to'xtalib o'tamiz.

Moddiy oqimlarni boshqarishning ko'p bosqichli avtomatlashgan tizimlarini yaratish, dasturiy ta'minot ishlab chiqish sohasidagi katta xarajatlar bilan bog'liqdir. Dasturiy ta'minot bir tomondan tizimning ko'p funktsionalliligini, ikkinchi tomondan esa uning yuqori darajadagi integratsiyasini ta'minlashi lozim. Shu munosabat bilan, logistika sohasida boshqaruvning avtomatlashgan tizimlarini yaratishda nisbatan arzon bo'lgan, mahalliy sharoitlarga moslashgan, standart dasturiy ta'minotni ishlatish imkoniyatlari izlanishi kerak.

Hozirgi kunda yetarlicha takomillashgan dasturlar paketlari yaratilmoqda. Ammo ular axborot tizimlarining barcha turlarida qo'llanilavermaydi. Bu moddiy oqimlar boshqaruvida yechiladigan masalalarning standartlashish darajasiga bog'liq.

Rejali axborot tizimlaridagi masalalarni yechishda standartlashish darajasi eng yuqori, bu esa standart dasturiy ta'minotni deyarli qiyinchiliklarsiz moslashtirish imkonini beradi. Dispozitiv axborot tizimlarida standart dasturlar paketini moslashtirish imkoniyati past. Bu bir qator sabablarga bog'liq:

- korxonalaridagi ishlab chiqarish jarayoni tarixan shakllanib kelgan va biror-bir o'zgarishlar kiritish juda qiyin kechadi;
- turli foydalanuvchilardagi qayta ishlanadigan ma'lumotlar tuzilmasi keskin farqlanadi.

Bajaruvchi axborot tizimlaridagi boshqaruvning operativ darajasida, ko'p hollarda, individual dasturiy ta'minot qo'llaniladi.

Logistik zanjirning har bir bo'g'ini orqali katta miqdordagi tovar birliklari

o'tadi. Har bir bo'g'in ichida ham tovarlar bir necha marta saqlash va qayta ishlash joylari bo'ylab harakatlanadilar. «Tovarlar harakatining butun tizimi – bu uzluksiz harakatdagi diskret oqimlardir, ularning tezligi ishlab chiqarish salohiyatiga, yetkazishlar muntazamligiga, mavjud zaxiralar o'lchamlariga, va shuningdek realizatsiya va iste'mol tezligiga bog'liqdir.» Bunday dinamik logistik tizimni samarali boshqarish imkoniyatiga ega bo'lish uchun unga kiruvchi va undan chiquvchi, hamda uni ichida aylanib turuvchi moddiy oqimlarning assortimenti to'g'risidagi axborotga doimiy ravishda ega bo'lish zarur.

Chet el tajribalariga qaraganda, bu muammoni yechish uchun moddiy oqim bilan bo'lgan logistik operatsiyalarda alohida yuk birligini aniqlash qobiliyatiga ega bo'lgan mikroprotessorli texnikani ishlatish zarur. Gap, albatta, turli xildagi shtrix-kodlarni «o'qiy oladigan» uskunalar xaqida. Ushbu uskunalar, logistik operatsiya xaqidagi axborotni, u amalga oshirilayotgan vaqtda va joyda – xo'jaliklar, sanoat korxonalar, ulgurji bazalar, do'konlar omborlarida, transportda – olish imkonini beradilar. Olingan axborot vaqtning real miqyosida qayta ishlanadi, bu esa boshqaruv tizimiga optimal muddatlarda javob qaytarish imkonini beradi.

Nazorat savollari

1. Qishloq xo'jaligini boshqarishda axborot logistikasi
2. Axborot oqimlari tushunchasi
3. Axborot tizimlari
4. Qishloq xo'jaligida axborot tizimlarini barpo etish prinsiplari
5. Axborot texnologiyalaridan agrar sohada foydalanish imkoniyatlari.
6. Axborot oqimlari. Ularning roli va ahamiyati.
7. Axborot logistikasi nima?
8. Axborot oqimlarining namoyon bo'lish shakli.
9. Axborot oqimlari tasnifi.
10. Axborot oqimlarini boshqarish mohiyati.
11. Logistika da axborot tizimining ahamiyati.
12. Logistik axborot tizimlar qanday guruhlar ga bo'linadi?
13. Axborot jarayonlarining turlari.
14. EHM bazasida logistik axborot tizimlarini tuzishning asosiy tartiblari.
15. Axborot tizimlari qanday miqdor ko'rsatkichlari bilan ifodalanadi?

LOGISTIK XIZMAT KO'RSATISH TIZIMIDA TOVAR BELGILARI VA SERTIFIKATSIYALASH.

Reja:

1. Logistik xizmat ko'rsatish majmuida tovar belgilari.
2. Tovar belgisini tanlash va ishlab chiqish.
3. Tovarga uzoq muddatli qulaylikni yaratish bo'yicha zamonaviy texnologiyalar.

4. Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va tovarlar hamda xizmatlarni sertifikatsiyalash.

1. Logistik servis majmuida tovar belgisi.

Yaqin-yaqingacha iste'molchilar mahalliy mahsulotlar qadog'ida ba'zida bor bo'lgan va logistik servis tizimini shakllantirgan tovar markasi, belgisi, boshqa tovar va korxonalar belgilariga unchalik alohida e'tibor bermasdi. Tovar taqchilligi esa xaridorga tovarni tanlash, sotishlarni axborot bilan ta'minlashda injiqlik qilish imkonini bermasdi, tanlashning o'zi esa mahsulot turi va narxiga nisbatan juda ahamiyatsiz edi. Bosh ustiga qadoqdagi tovarning reklama-axborot ta'minoti ham soddalashtirilgan edi: unda tovarning tayyorlangan muddati, foydalanish vaqti, tayyorlovchi va mintaqa bahosi ko'rsatilar edi, xolos.

Bozor munosabatiga o'tish iste'molchidan tovarga nisbatan munosabatning yuzaga kelgan bir xilligini qayta ko'rib chiqishni talab qildi, tayyorlovchi korxonalariga esa raqobat sharoitida iste'molchilar xulq-atvori asoslarini hisobga olish va bozorning an'anaviy usullari yordamida tovar hamda korxonalar uchun o'zining shaxsiy individual imijini shakllantirishga to'g'ri keldi.

Iste'molchilarning asosli xususiyatlarini hisobga olish ularni ko'p sonli parametrlar bo'yicha tabaqalashtiradi. Ushbu parametrlardan biri – bu iste'molchilarning yangi tovar va qadoqdagi tovarning marka xususiyatlariga moslashuvchanligi bo'yicha segmentatsiyalash hisoblanadi.

Iste'molchilarga kam harajat bilan xizmat ko'rsatishning yuqori darajasini ta'minlaydigan tovar harakatining samarali tizimini yaratish, undan oqilona foydalanish shakli logistikaning muhim vazifasi sanaladi. Logistika tizimi turli korxonalarni boshqarishda keng qo'llanilmoqda. Ushbu tizim taqsimlash kanalini tanlash va shakllantirishda korxonaning marketing strategiyasini ishlab chiqish asosiga poydevor qo'yadi.

Marketing nazariyasi iste'molchilarni tovarni qabul qilishga moslashishi bo'yicha quyidagi o'ziga xos guruhlariga bo'ladi va ushbu tovarning u yoki bu bozor uchun son nisbatini va tovar guruhlarini oldindan taxmin qilish, keyinchalik esa sotilayotgan tovar siyosati asosida tuzatish maqsadga muvofiqdir:

-novatorlar – tavakkalchilikka, tajribaga moyil, odatda o'z imkoniyatlarini eksklyuziv va korxonalar tovarlarini, ko'pincha import tovarlarni sotib olishda amalga oshiruvchi yuqori ijtimoiy maqom va yuqori darajali daromadga ega iste'molchilar toifasiga kiradigan shaxslar;

-yangi tovarga tez ko'nikadigan, tavakkalchilikka unchalik moyil bo'lmagan, o'ylab ish tutadigan va nozik tabiatli, biroq ijtimoiy xususiyatlari bo'yicha yuqoridagi guruhga o'xshash odamlar;

-yangi tovarga oson ko'nikadigan, tavakkalchilikka moyil bo'lmagan, ehtiyotkor, tovarlar, ularning xususiyatlarini puxta o'rganadigan, undagi marka va axborotni sinchkovlik bilan tekshiradigan iste'molchilarning kichik guruhi;

-yangi tovarga asta-sekin ko'nikadigan, tovarni xarid qilishda o'ta ehtiyotkor, barcha yangiliklarga mutaasib (konservativ), o'zgarishlarni ma'qullamaydigan, taqlidga moyil, odatda kam daromad va unchalik obro'li kasbga ega bo'lmagan iste'molchilarning katta guruhi;

-retrograd, ya'ni o'ta qoloq - har qanday o'zgarishga juda salbiy qaraydigan, yetarli darajada tasavvurga ega bo'lmagan, yangi tovarga ta'sirchansiz iste'molchilar.

Xaridorlarning u yoki bu o'ziga xos xususiyatlarini bilish va hisobga olish qobiliyati sotuvchiga ularni ushbu mahsulot aynan kerak bo'lgan mahsulot ekanligini va uni xarid qilib to'g'ri qilayotganini dalillar bilan ishonirish imkonini beradi. Tayyorlovchi va sotuvchi ushbu murakkab vazifani u yoki bu reklama vositalari yordamida hal etishi mumkin. Uning eng muhim elementlaridan biri – bu tovar belgisidir.

Tovar belgisi va xizmat ko'rsatish belgisi – bu bitta yuridik yoki jismoniy shaxslarning tovar va xizmatlarini boshqa yuridik yoxud jismoniy shaxslarning shu kabi tovarlaridan ajratib turuvchi belgilardir. Bu borada O'zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomi to'g'risida”gi qonuni chiqarilgan.

Tovar belgisi bozor munosabatlarining kerakli elementi, logistik servis xizmat ko'rsatishning esa eng muhim elementlaridan biri sanaladi va uni iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda ko'pincha “gapirmas sotuvchi” deyishadi. Jahon amaliyotida tovar belgisi sug'urta polisi yoki aksiya singari bozorning o'ziga xos xususiyatiga aylandi.

Birinchi tovar belgilarining paydo bo'lishi o'rta asrlarda ro'yxatga olingan. O'sha paytda hunarmandlar va savdogarlar birlashmasi (gildiya) har bir tovar tayyorlovchidan mahsulotga tegishli belgi qo'yishni talab etardi. Bundan bir yo'la bir qancha maqsad ko'zlangan:

- ishlab chiqarilgan tovar muallifligi kuzatilgan;
- tovar soni nazorat qilingan, bu soliq harakatlarini yengillashtirgan;
- tovar sifati nazorat qilingan, bu tayyorlovchiga e'tiroz bildirish imkonini bergan;

- taniqli ustalarning mahsulotini soxtalashtirish, qalbaki ishlab chiqarishga to'siqlar qo'yish. Ayniqsa azaldanoq dori-darmon ishlab chiqaruvchilar mahsulot markasiga nisbatan o'ta talabchan bo'lgan.

Tovarni markalash tarixi har bir mamlakatda o'z milliy ildizi va xususiyatlariga ega. Biroq ko'pchilik mualliflar tovarni markalash haqidagi dastlabki mulohazalar eng qadimgi davrga taaluqli deb hisoblaydi: masalan, Nineviya g'ishtlari, qadimgi Gresiya sopoli va Rim suv o'tkazgich quvurlaridagi tamg'alar.

Tovar markasi – bu bozorda turli sotuvchilar tomonidan taklif etiladigan mahsulot yoki xizmatni identifikatsiya qiluvchi nom, belgi, ramz (rasm) yoxud ularning majmuidir. Markalarni belgilashning to'rtta turi ma'lum.

Savdo belgisi – bu jonlantirilgan tovar markasi.

2. Tovar belgisini tanlash va ishlab chiqish.

Tovar belgilarining bir qancha muqobil, kengroq tarqalgan, ya'ni og'zaki, tasvirlovchi, birlashtirilgan, hajmli, tovushli va ularning birikkan turlari mavjud. Umuman olganda, jahon va mahalliy amaliyotda tovar belgilarining nihoyatda ko'plab turlari, shu jumladan quyidagilar ham ma'lum:

- harakatlanuvchi, ya'ni harakatni takrorlovchi belgi;
- bir qancha elementlardan tashkil topgan kompleksli (murakkab) belgi;

- hid sezuvchi belgi- hid sezish organlari uchun mo'ljallangan;
- tasvirlovchi belgi– tovarni yoki uning biron-bir xususiyati, shuningdek, uni tayyorlovchiga taaluqli xususiyatini aks ettiruvchi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi;
- plastik - sinonimi hajmli belgi;
- ikki o'lchamda mavjud bo'lgan tekis belgi;
- bitta elementdan iborat oddiy belgi;
- keng - sinonimi hajmli belgi;
- tekislikda qavariq yoki botiq elementlar tuzilishini ifoda etuvchi burttirilgan belgi;
- yorug'likka mo'ljallangan yorug'lik belgisi;
- murakkab – sinonimi kompleksli belgi;
- uch o'lchovli – sinonimi hajmli belgi;
- rangli ko'rinishda ro'yxatga olingan rangli belgi;
- oq-qora ko'rinishda ro'yxatga olingan oq-qora belgi.

Tovar belgisining u yoki bu turini tanlashda tovar belgisining kuchi kabi o'ziga xos toifani hisobga olish darkor. Tovar belgisi kuchi deganda esa, uning reklama qobiliyati, ya'ni xotirada mustahkam o'rnatib qolish va ma'lum bir tovar yoki korxonaga bilan birga qo'shilish imkoniyati tushuniladi. Ayrim mutaxassislar bu borada juda muhim bo'lgan qo'shimcha – belgining himoyalani qobiliyati mezonini joriy qilmoqda. Biroq iste'molchi nuqtai nazaridan bu ikkilamchi ma'noga ham ega, chunki mahsulot tozaligi bo'yicha tovar belgisiga egalik qiluvchi korxonaga javob beradi. Bundan tashqari, tovar belgisining asosi, ya'ni qabul qilishning iste'molchi uchun ma'qul turi hisobga olingan holda, tovar belgisining qabul qilinish qobiliyati kabi toifani ham esdan chiqarmaslik kerak. Qabul qilishning quyidagi turlari mavjud: vizual (ko'zga tashlanadigan), ovozli (fonetik), hid sezish, semantik (ma'noviy, sarmazmun) va boshqalar.

Og'zaki tovar belgilari harflar, hattoki ayrim so'zlar birikmasini ifoda etadi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, dunyoning turli mamlakatlari tadbirkorlari an'anaviy tarzda ushbu turni ma'qul ko'radi. Xorijlik mutaxassislarning guvohlik berishicha, G'arb tijorat olamida barcha tovar belgilarining 80 foizga yaqini og'zaki ramzlar yordamida tayyorlangan. Og'zaki tovar belgisini yaratish va takror ishlab chiqish oson. Negaki, u odatda kompaniyaning korxonaga nomi yoki uning ta'sischilari bilan bevosita bog'liq. Bundan tashqari, eng asosiysi – og'zaki tovar belgisi iste'molchilar tomonidan oson qabul qilinadi va o'zlashtiriladi. Tovar belgisi mahsulotning haqiqiy tamg'asi (brend) hisoblanadi va u bir turdagi buyumlar bozorida korxonaga tovarlarini ajratib turadi hamda ularni markalanmagan tovarlarga qaraganda 20-40 foizga qimmatga sotish imkonini beradi. Ayni paytda mahsulotda tovar belgisining bo'lmasligi, noma'lumligi uning narxini 10-20 foizga tushiradi.

Logotip – bu korxonaga yoki uning tovarlari guruhining to'liq yoxud qisqartirilgan nomining maxsus ishlab chiqilgan va o'ziga xos shakli.

Korxonaga bloki – bu kompozitsiyada birlashgan tovar belgisi va logotip, shuningdek, turli tushuntirish yozuvlari, ko'pincha korxonaga shiori.

Korxonaga shiori – bu korxonaning asosiy g'oyasini aks ettiruvchi chiroyli, qisqa tuzilgan shior. Masalan, “Nyu-York tayms” gazetasining korxonaga shiori “Barcha yangiliklar chop etishga loyiq”.

Korxonalar konstantlari – bu korxonalar tomonidan hajmlar bozorida ishlashda qat’iy rioya qilinadigan konstantlar, matnni sahifalash tizimi, bezaklar taqdim etish va boshqalar.

Korxonalar rangi – bu korxonalar tomonidan qabul qilingan va qat’i amal qilinadigan rang yoki ranglar birligi.

Shriftlarning korxonalar komplekti – bu korxonalar tomonidan tovar belgisini, buyumning haqiqiylikni aniqlaydigan yoki qayd etadigan boshqa nomlari, kompozitsiyalarini chizishda ishlatiladigan shrift.

Yuqorida qayd etilgan barcha tarkibiy elementlar korxonalar usuli, ya’ni usullar majumini (grafik, til, rangli) shakllantiradi. Bu bir tomondan korxonalar buyumlarining ayrim birligini ta’minlaydi, ikkinchi tomondan korxonalar va uning mahsulotlarini raqib hamda uning tovarlariga qarshi qo’yadi.

Belgilashni (tovar belgisini) ishlab chiqishda unga qo’yilayotgan quyidagi talablarni hisobga olish kerak:

- 1) patent va huquqiy;
- 2) reklama va ruhiy;
- 3) konstruktorlik va texnologik.

Patent va huquq talablari. Belgilash himoyalash qobiliyatiga, ya’ni uni tovar belgisi sifatida ro’yxatga olish, shuningdek, tovar belgisidan tovarlarning ma’lum turi uchun foydalanishda uchinchi shaxslarning bir-biriga aynan o’xshaydigan tovar belgilariga bo’lgan huquqlarini buzmasligi maqsadida yangilik va ajratish qobiliyatiga ega bo’lishi kerak.

Reklama va ruhiy talablar. Ishlab chiqarilayotgan belgilash esda qolarli, iste’molchining tovar sifati va belgilash o’rtasida mustahkam ijobiy aloqasini yuzaga keltirishi, ya’ni tovar belgisi individuallashtiruvchi va reklama vazifasiga ega bo’lishi kerak.

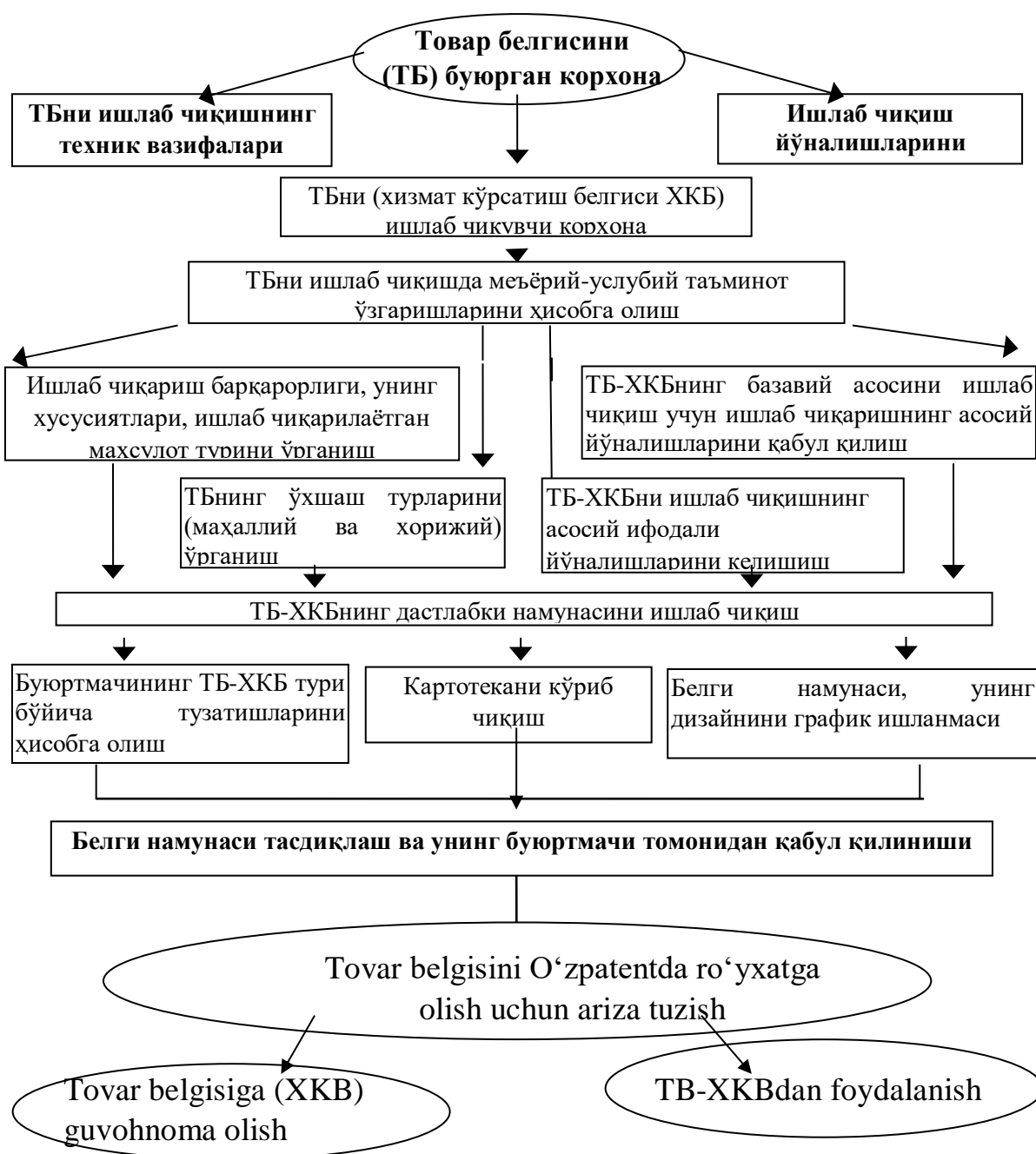
Konstruktorlik-texnologik talablar. Belgilash (tovar belgisi) mahsulotni markalashda tirajlash va uni qo’llashni osonlashtirish, birinchi galda esa, mo’ljallangan mahsulotlar uchun mutanosiblikka ega bo’lishi kerak.

Tovar belgisini ishlab chiqish buyurtmachi va ijrochi bilan loyihalashtirishning mumkin yo’nalishlarini muhokama qilishdan boshlanadi. Ushbu muhokama davomida tomonlarning har biri o’zining asosiy talablarini shakllantiradi. Bir paytning o’zida ikki tomon dastlabki axborot bilan almashadi. So’ngra belgilashni ishlab chiqishning tovar belgisini badiiy-texnik kengashda tasdiqlash va uni O’zpatentda ro’yxatdan o’tkazish bosqichlarini aniqlaydigan texnik vazifalari muhokama etiladi va tasdiqlanadi. **41-rasmda** keltirilgan tuzilmaviy chizma umumiy xususiyatga ega.

Quyida aniq misollar bilan buyurtmachi va ishlab chiquvchi o’rtasidagi o’zaro munosabat keltirilgan. Bunda belgilashning har-xil turlari, shuningdek, ishlab

chiqarilayotgan mahsulot nomenklaturasi bo'yicha bir-biridan ajralib turadigan tovar belgisi egalari – bir turdagi korxonalar va tashkilotlar ko'rib chiqilgan. Bu esa qayd etilayotgan uslubning turli ishlab chiqarish shartlariga mosligidan darak beradi.

Tovar belgisining ifodaligigi, esda qolarligi va iste'molchiga ta'sir qilish darajasi ko'pincha ular bajariladigan texnologik vositalarga bog'liq.



41-rasm. Tovar belgisi (XKB) ishlab chiqishning asosiy bosqichlari.

Shu sababli tovar belgisini ishlab chiqishda boshqa omillar bilan bir qatorda tovar belgisini mahsulot yuzasining bosish joyiga, uning mahsulot katta-kichiligi va yuzasiga mos kelishiga, tovar belgisini bosish texnologiyasiga ham alohida e'tibor

berish kerak. Tovarda tovar belgisini joylashtirish standartlar va texnik shartlar bilan aniqlanishi lozim. Biroq qator mahsulotlar uchun tovar belgisini bosish joyi ko'rsatilmagan, shu bois muallif ushbu masalani o'zi hal qilishi kerak.

3. Tovarga nisatan uzoq muddatli afzallikni yaratish bo'yicha zamonaviy texnologiyalar. Brending.

Brending – tovarga nisbatan uzoq muddatli afzallikni yaratish faoliyati bo'lib, bu iste'molchiga logistik servis xizmatning ayrim elementlari, ya'ni tovar belgisi, qadoq, reklama murojatlari; marketing vositalari – seylz promushin, reklamaning ma'lum g'oyasi va turli xil rasmiylashtirish bilan birlashgan, tovarni raqobatchilar orasida ajratib turuvchi va uning qiyofasini (brand image) yaratuvchi boshqa elementlarining birgalikdagi kuchli ta'siriga asoslangan.

Brending sanoati rivojlangan mamlakatlarda keng yoyilgan, biroq mahalliy amaliyotda umuman qo'llanilmaydi. U tasavvurimiz doirasidan chiquvchi ko'plab elementlarni o'z ichiga oladi.

“Brend” tushunchasi va u bilan bog'liq barcha narsalar markalashning o'zbek tizimi uchun mutlaqo yangi toifa. “Brand” so'zi inglizchadan “tamg'a” so'zi sifatida tajriba qilinadi. Dastavval bu tushunchaning paydo bo'lishi va muomalada ishlatilishi o'y hayvoni hamda kundalik hayotdagi narsalarni tamg'alash (markalash) bo'yicha operatsiyalar bilan bir xil hisoblanardi. Keyinchalik bu yangi “fabrika markasi” ma'nosiga ega bo'ldi. Zamonaviy markalash atamasida “brend” tushunchasi keng talqin ega bo'ldi va iste'molchida tovar, xizmatlar yoki korxonaning ijobiy imijini shakllantiradigan hamda ko'plab turli xil mahsulotlar orasidan aniq markaga ega tovarni sotib olish istagini bildiradigan moddiy va nomoddiy toifalar majuini o'z ichiga oladi. Quyidagilar “brend” toifasi ichidagi aniqlovchi elementlar hisoblanadi:

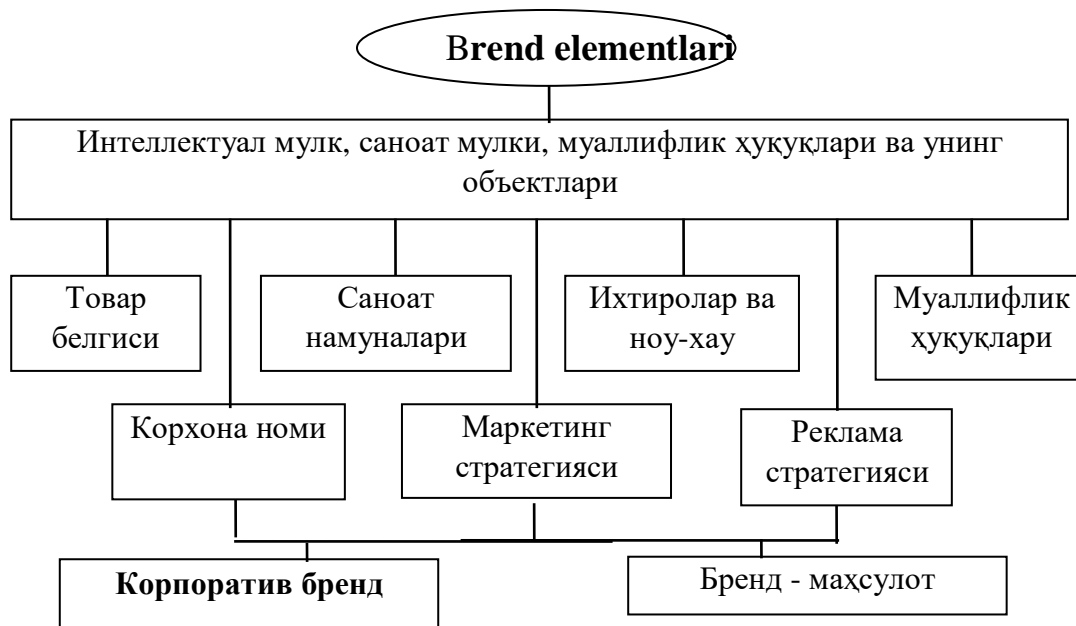
- markalanadigan mahsulot uchun intellektual mulk (tovar belgilari, sanoat namunalari, mualliflik huquqlari, ixtirolar, yangiliklarga taaluqli huquqlar);

- korxonalar usuli, servis xizmat ko'rsatish, RR (jamoatchilik firkrini inobatga olish va unga ta'sir qilish, ommaviy axborot vositalari, xomiylar va boshqalar bilan hakorlikni) qamrab oluvchi qabul qilingan marketing strategiyasi va reklama siyosati;

- texnologiya va maxsus asbob-uskuna, o'z ichiga patentlangan qarorlar yoki yangilikni oluvchi ishlab chiqarish uslublari.

Brending – bu reklama beruvchi, amalga oshiruvchi tashkilot, shaxsiy brend-imij – tovar yoki tovarlar oilasining mo'ayyan tovar belgisi bilan markalangan shaklni yaratish va iste'molchi ongiga keng ko'lamda singdirish bo'yicha reklama agentligining marketing tadqiqotlarga asoslangan hamkorlikdagi ijodiy ishidir.

Brend kompaniya va uning barcha mahsulotiga, masalan, Koka-kola yoki mazkur kompaniyaning ayrim mahsulotiga taaluqli bo‘lishi mumkin (brend-mahsulot). Bu korporativ brend deyiladi (**42-rasm**).

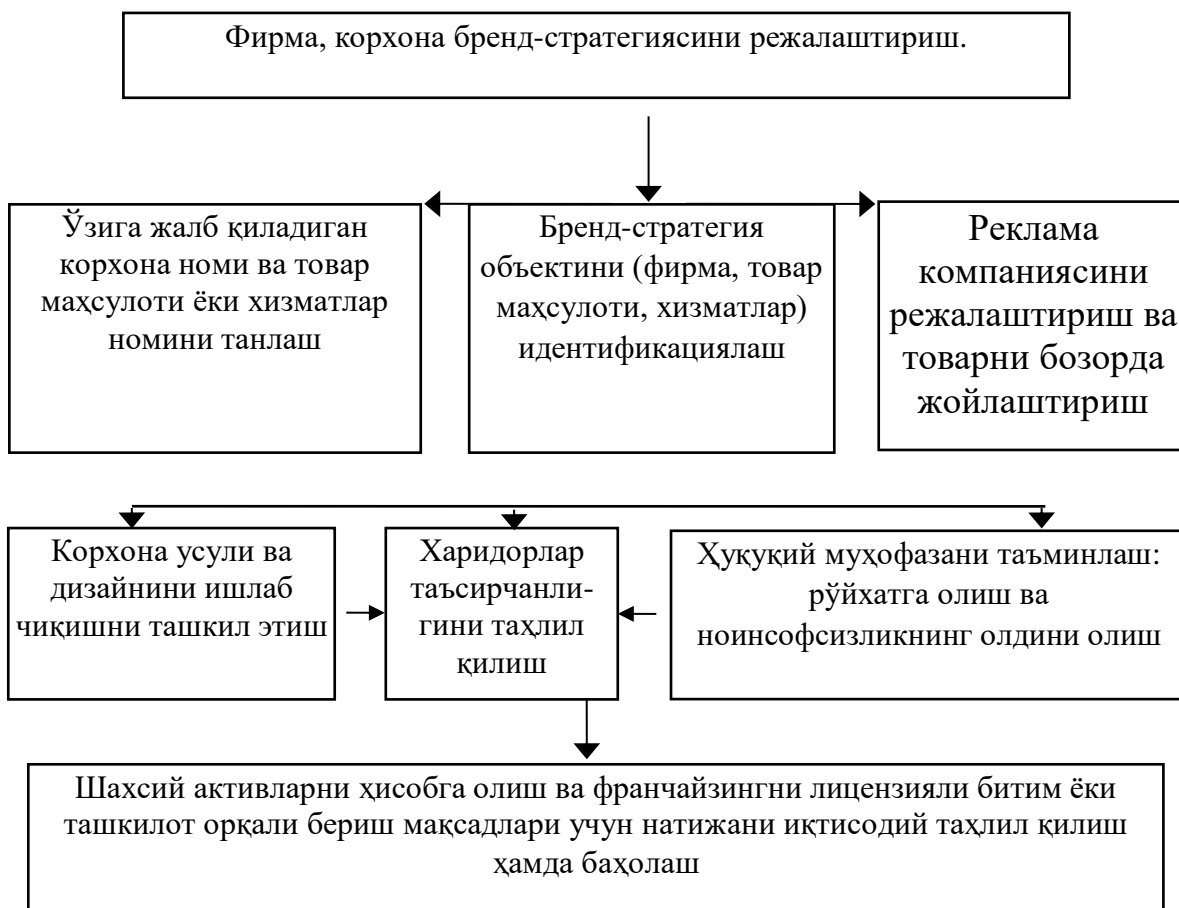


42-Rasm. Brend tarkibini tashkil etuvchi asosiy elementlar.

BS ni asosiy blokli tarkiblar nuqtai nazaridan shakllantirish **43-rasmda** keltirilgan.

BS deganda yaxlitlagan va iste'molchi ongi, uning mahsulotni tanlashda hattixarakati asoslarini shakllantiradigan, natijada tovar va xizmatlar, shuningdek, korxonaning bozordagi o'rnini ta'minlaydigan tovar yoki xizmatlarning ashyoviy va sezilmaydigan xususiyatlari tushuniladi. BS dan foydalanish tovar yoki xizmatlarning bozorning ma'lum bo'g'inida muvaffaqiyati tushuntirish imkonini beradi. Mazkur toifa – mahalliy tadbirkorlarimiz uchun yangi tushungcha sanaladi. Brend-strategiya tovar va uning turlarini model darajasida aniqlashtirish imkonini beradi. Bunda mahsulotlarga xos bo'lgan, ya'ni texnik va estetik xislatlar, qadoq dizayni, sotish joyini rasmiylashtirish, servis xizmatlarini ko'rsatish, kafolatli hamda kafolatdan keyingi xizmat ko'rsatishning mavjudligi va uni o'z vaqtida o'tkazishlik kabi qator jiddiy belgilarga tayaniladi.

Brend-imij yaratuvchilari mahsulotning iste'molchiga ta'sir qiladigan jismoniy xususiyatlarini ham hisobga oladi va bu nafaqat ongga, balki shakllanmagan ongga ta'sir qilgan holda hissiyotga ham murojaat etadi. Agarda tovar bozorda muvaffaqiyat qozonib, obro'ga ega bo'lsa, bunda ushbu tovarning mashhurligini takrorlaydigan bu kabi tovarlar har doim topiladi. Shu sababli branding raqobatchilardan ajralib turuvchi muntazam rivojlanadigan faoliyatdir.



43-rasm. Bozorda firmaning brend-strategiyasini shakllantirishning asosiy elementlari.

Brending yordamida ko‘p narsaga erishish mumkin. Xususan, branding quyidagilar imkonini beradi:

- mo‘ayyan bozorda sotishlarning rejalashtirilgan hajmini saqlab turish va ushbu bozorda iste‘molchi ongida tovar yoki tovar oilasi shaklini yaratish va mustahkamlash bo‘yicha uzoq muddatli dasturni amalga oshirish;

- tovarlar turlarini kengaytirish natijasida foyda olishni ko‘paytirish va ularning jamoat qiyofasi yordamida tatbiq etiladigan umumiy o‘ziga xos xislatlari to‘g‘risidagi bilimlarni oshirishni ta‘minlash;

- reklama materiallari va kompaniyasida tovar tayyorlangan mamlakat, mintaqa, shahar madaniyatini aks ettirish, tovarni sotish mo‘ljallangan iste‘molchilar talablarini, shuningdek, u sotilayotgan hudud xususiyatlarini hisobga olish;

- reklama auditoriyasiga murojaat qilish uchun uchta o‘ta muhim omil – tarixiy ildiz, bugungi kun voqeligi va istiqboldagi taxminlardan foydalanish.

Shu bilan birga, brandingni samarali amalga oshirish oddiy ish emas. Brendingni samarali amalga oshirish u hamkorlik qilayotgan reklama beruvchi va reklama agentligining nafaqat kasbiy bilimlari hamda tadbirkorlik madaniyati, balki ularning intellektual mulk, tovar belgilari, dizayonlar, matnlar bilan ishlay olishligiga ham bog‘liq.

Reklama bo'yicha ko'pchilik g'arb mutaxassisleri yaqin yillarda direkt-marketing reklama faoliyatining qolgan barcha turlarini siqib qo'yadi va marketing kommunikatsiyasi sohasida hukmron bo'ladi, degan bir xil fikrni bildirmoqda. Jahon bozorida direkt-marketing ommaviy axborot vositalaridagi reklamaga nisbatan uch marta samarali rivojlanmoqda va bu reklama agentliklari uchun unga qaraganda ikki marta daromadlidir.

Ushbu hodisaning sabablaridan biri shundan iboratki, hamma joyda kompyuterlashtirish tufayli avvalambor hal etib bo'lmaydigan masala – reklama kampaniyasida har bir iste'molchiga yakka tartibga yondoshgan holda ommaviy qamrab olishni birlashtirishni hal etish imkoni yuzaga keldi. Bundan tashqari, ishlab chiqarish, sotish, kommunikatsiyaga yangi mafkura olib kelgan va marketing sohasida universal yondoshishni bekor qilgan “demassifikatsiya” sodir bo'ldi. Bozor ko'plab qismlarga bo'linib ketdi.

Direkt-marketingning mohiyati reklama agentliklari vositachiligida ishlab chiqaruvchi va shaxsan taniqli iste'molchilar o'rtasida uzoq muddatli o'zaro foydali hamda rivojlanadigan hamkorlikni o'rnatishdan iborat.

Reklama ta'siriga uchraydigan maqsadli guruhlarini topish uchun an'anaviy tarzda segmentatsiya (bo'g'imlash) uslubidan, ya'ni bir xil ehtiyojni ko'zda tutgan ijtimoiy-aholishunoslik xususiyatlari bilan o'xshash iste'molchilarni ajratishdan foydalaniladi. Direkt-marketingda esa aksincha, avval ehtiyoj aniqlanadi, keyin individuallashtirilgan va reklama jarayonida identifikatsiyalangan teskari aloqaga kiritiladigan tegishli iste'molchilardan guruhlar shakllanadi.

Direkt-marketing – bu marketingning barcha reklama vositalari va ularni tarqatishning barcha kanallaridan foydalanadigan uslubidir.

Reklama agentligining direkt-marketing sohasidagi ishlarining asosiy yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

-istiqbolli xaridorlarni shaxsan ajratish va ular bilan bevosita ikki tomonlama muomalani o'rnatish;

-ushbu xaridorlar bilan individuallashtirilgan aloqani muntazam saqlab turish;

-daromadni yaxshilangan tovarlar va xizmatlarning yangi takliflarini, shuningdek, yanada samaraliroq reklama murojaatlarini sinab ko'rish yo'li bilan ko'paytirish.

Direkt-marketing bugungi kunda ko'plab sanoat, servis xizmat ko'rsatish va reklama korxonalarini sarmoyalar sarflayotgan tarmoq hisoblanadi. Zero, direkt-marketing imkoniyatli xaridorlarni topish, ularni reklama beruvchi korxonaga murojaat qilishga ishontirish, ularni do'stlashtirish va sezilarli daromadlar olgan holda ular bilan shaxsiy, do'stona munosabatda hamkorlikda ish olib borish imkonini beradi.

Mahalliy eksportchilar uchun tashqi iqtisodiy reklamani rivojlantirishning bugungi bochqichida “direkt-marketing” tushunchasi tarkibiga kiruvchi katta valyuta mablag'larni talab etmaydigan va shu bilan birga juda samarali to'g'ridan-to'g'ri pochta jo'natishlari katta ahamiyatga egadir.

Direkt-marketingning iste'molchilar kampaniyasi bilan yo'lga qo'ygan identifikatsiyalangan va nazorat qilinadigan aloqalari ularga sarflangan mablag'larning samaradorligini to'g'ri aniqlash imkonini beradi. Direkt-

marketingning reklamaning boshqa turlariga nisbatan asosiy afzalligi va farqi ham ana shunda.

4. Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va tovarlar hamda xizmatlarni sertifikatlashtirish.

Sertifikat (lotinchadan certum – to'g'ri – facere - qilish) – bu ishlab chiqarilgan tovar yoki taqdim etilgan xizmat sifatini tasdiqlovchi hujjatdir.

Sertifikatsiya to'g'risidagi qonun sertifikatatsiya maqsadlarini aniq shakllantiradi:

- korxonalar, muassasalar, tashkilotlar va tadbirkorlarning O'zbekiston Respublikasining yagona tovar bozorlaridagi faoliyati uchun shart-sharoitlar yaratish;

- iste'molchilarga tovarni asosli tanlashda ko'maklashish;

- iste'molchini tayyorlovchining (sotuvchi, ijrochi) noinsofligidan himoya qilish;

- mahsulotning atrof-muhit, hayot, sog'lik, mulk uchun zavfsizligini nazorat qilish;

- mahsulotning tayyorlovchi tomonidan bayon etilgan sifat ko'rsatkichlarini tasdiqlash.

Sertifikatsiya tizimini rivojlantirishning zamonaviy bosqichi "Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi qonunning chiqishi bilan bog'liq. Ushbu qonunda mahsulotni sertifikatlashtirish shartligi ko'zda tutilgan bo'lib, buning uchun davlat standartlarida fuqarolar hayoti, sog'lig'i, mulki xavfsizligini, atrof-muhitni himoya qilishni ta'minlash talablari belgilangan.

Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risidagi qonun iste'molchi huquqlarini davlat ko'magida amalga oshiradi. Davlat qonunchilik asosida iste'molchining sifatli mahsulot, uning xavfsizligi, bozorning tovarlar (xizmatlarni) tayyorlash, sotishga taaluqli barcha vazifalari haqida axborot bilan ta'minlash huquqlarini aniq belgilab beradi. Iste'molchining tovar ishlab chiqaruvchi (sotuvchi) bilan munosabatini tartibga solish qonunning tegishli bo'limlarida aks ettirilgan.

Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risidagi qonun tomonidan buyumlarda ayrim kamchiliklar aniqlangan hollarda iste'molchi talablarini qondirishning qat'iy muddatlari belgilanadi. Masalan, uzoq muddat foydalanish uchun mo'ljallangan tovarlar bo'yicha sotuvchi, tayyorlovchi (ularning vazifasini bajaruvchi korxonalar) iste'molchi tomonidan talablar bildirilganda ta'mirlash davomida unga tezlik bilan pul olmasdan shunga o'xshash tovarni o'z hisobidan yetkazib berishi shart. Bu talablar avtomototransport vositalari, mebel, elektr ustalar, elektr isitgichlar va ularning turlari, shuningdek, qimmatli toshlardan tayyorlangan buyumlar, matolar, ich kiyim, choynab, ko'rpa-to'shak jildlari va boshqalarga taaluqli emas.

Agarda sotuvchi xaridor talabini qondirishdan bosh tortsa, u sudga murojaat qilish huquqiga ega. Iste'molchi tomonidan tegishli sudga da'vo arizasi yozma ravishda taqdim etiladi. Unda: 1) sud nomi; 2) ariza beruvchining nomi, uning yashash joyi; 3) javob beruvchining nomi, uning yashash joyi, agarda javob beruvchi yuridik shaxs bo'lsa, uning joylashgan joyi; 4) arizachi o'z talablarini asoslayotgan

holatlar; 5) arizachining talablari; 6) agarda da'vo pul bilan hisoblansa, uning qiymati; 7) arizaga ilov qilinayotgan hujjatlar ro'yxati ko'rsatilishi kerak. Ariza da'vo qiluvchi yoki uning vakili tomonidan imzolanaadi.

Vakil tomonidan taqdim etilgan da'vo arizasiga vakilning vakolatini isbotlovchi ishon qog'ozi yoki boshqa hujjat ilova qilinishi kerak. Da'vogar sifatida ishtirok etuvchi iste'molchi da'vo arizasiga quyidagi hujjatlarni ilova qilishi lozim: tovarni ko'zdan kechirishda ishtirok etgan shaxslar tomonidan imzolangan hujjat (agarda u tuzilgan bo'lsa); tovar kamchiliklari tasdiqlovchi turli ma'lumotnomalar (hujjatlar); sotuvchiga yuboriladigan e'tiroz nusxasi; boshqa hujjatlar.

Shuningdek, iste'molchi sudga tovar sifatini tasdiqlash uchun tovarshunoslik yoki boshqa sud ekspertizasini tayinlash to'g'risida iltimos qilishii mumkin.

Nazorat savollari

1. Tovar belgisi nima?
2. Tovar belgisini shakllantiruvchi tasnifiy belgilar.
3. Tovar belgilarning eng keng tarqalgan turlari.
4. Tovar belgisi va xizmat ko'rsatish belgisi qanday vazifalarni bajaradi?
5. Belgili axborotni qabul qilishning uch bosqichi.
6. Tovar belgisini ishlab chiqishning asosiy bosqichlari.
7. Brending nima?
8. Direkt-marketing nimani anglatadi? Direkt-marketing sohasida reklama agentligi ishlarining asosiy yo'nalishlari.
9. Korxonada brend-strategiyasini bozorda shakllantirishning asosiy elementlari.
10. "Sertifikatsiya" tushunchasi.
11. Tovarlarini qalbakilashtirishning eng keng tarqalgan uslublarini sanab o'ting.
12. Sertifikatlash ishtirokchilarining vazifalari.
13. Sertifikatlashni o'tkazish qanday tamoyillarga asoslanadi?
14. Sertifikatlashning asosiy shakllari.

IV. AMALIY MASHG'ULOT MATERIALLARI

1-mavzu. LOGISTIKA KONSEPSIYASI. QISHLOQ XO'JALIGIDA MAKROLOGISTIK VA MIKROLOGISTIK TIZIMLAR VA ULARNING AMALIY JIHATLARI

LOGISTIKA KONSEPSIYASI

Darsning maqsadi: logistika konsepsiyasi xususida tushuncha. Konsepsiyani tashkil etuvchi tizimlar.

Darsning shakli: Amaliy mashg'ulot savollari bo'yicha guruh taqsimoti.

Darsning tuzilishi:

- Tashkiliy daqiqa,
- Yangi mavzu bo'yicha guruhda ishlash,
- Guruh taqdimoti,
- Guruh ishining yakuni,
- Darsga yakun yasash va vazifa.

Mikrodarajadagi ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari, bir-biri bilan o'zaro munosabatda va aloqalarda bo'lib, ma'lum birlikni, butunlikni vujudga keltirgan tizimchalar qatoridir. Bu tizimchalar: xaridlar, omborlar, zaxiralar, ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish, transport, axborot, sotish va kadrlardir. Ular moddiy oqimni tizimga kirishi, undan o'tishi va chiqib ketishini ta'minlaydilar. Logistika konsepsiyasiga muvofiq ichki ishlab chiqarish logistik tizimlarining yaratilishi, korxonada ichidagi ta'minot, ishlab chiqarish va sotish bo'g'inlarining rejaları va ishlarini doimiy ravishda o'zaro kelishilishi va to'g'rilanib borishi imkoniyatini ta'minlashi lozim.

Ishlab chiqarishni tashkil etishning logistik konsepsiyasi quyidagi asosiy holatlarni o'z ichiga oladi:

- ortiqcha zaxiralardan voz kechish;
- asosiy va transport-ombor operatsiyalarini bajarish uchun
- ortiqcha vaqtdan voz kechish;
- iste'molchi buyurtmasi bo'lmagan mahsulotlarni ishlab
- chiqarishdan voz kechish;
- uskunalar to'xtab turishini yo'q qilish;
- sifatsiz mahsulotlarni yo'q qilish;
- xo'jalik ichidagi noratsional tashishlarni yo'q qilish;
- yetkazib beruvchilarni hamkorlarga aylantirish.

Logistikadan farqli o'laroq ishlab chiqarishni tashkil etishning an'anaviy konsepsiyasi quyidagilardan iborat:

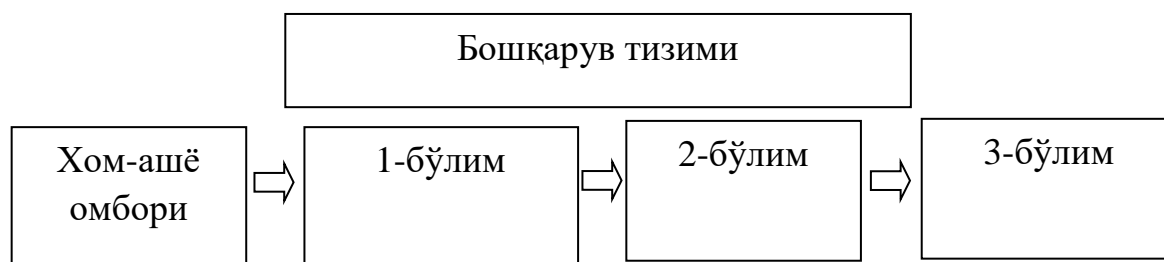
- mahsulotni iloji boricha yirik partiyalarda ishlab chiqarish;
- «har extimolga qarshi» moddiy resurslarning maksimal katta zaxirasiga ega bo'lish.

Konseptual hollarning mazmuni shundan dalolat beradiki, ishlab chiqarishni tashkil etishning an'anaviy konsepsiyasi «sotuvchi bozori» sharoitlari uchun eng qulay bo'lsa, logistik konsepsiya «xaridor bozori» sharoitlari uchun eng qulaydir.

Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish logistikasida moddiy oqimlarni boshqarishning rag'batlantiruvchi tizimlari

Ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari doirasidagi moddiy oqimlarning boshqaruvi har xil usullar bilan amalga oshirilishi mumkin. Ushbu usullardan, bir-biridan prinsipial farq qiluvchi, ikkita asosiysini alohida ko'rib chiqish lozim, bular itaruvchi va yetaklovchi boshqaruv usullaridir.

Birinchi variant «rag‘batlantiruvchi tizim» deb nom olgan, va uning ishlab chiqarishni tashkil etish tizimi 8-rasmda ko‘rsatilgan. Moddiy oqim, ishlab chiqarishni boshqarishning markaziy tizimidan kelgan buyruqqa binoan oldingi bo‘g‘indan iste‘molchi tomon «itarib chiqariladi».



Rasm. Ishni ishlab chiqarish logistik tizimi doirasidagi moddiy oqim boshqaruvini rag‘batlantiruvchi tizimining prinsipial sxemasi.

Amaliyotda, rag‘batlantiruvchi tizimlarning turli xil variantlari mavjuddir. Ularning yaratilish imkoniyati hisoblash texnikasini ommaviy qo‘llanilishiga bog‘liqdir. Itaruvchi tizimlari boshqaruv avtomatizatsiyasining yuqori darajasi bilan tavsiflanadi, va bu avtomatizatsiya quyidagi asosiy funksiyalarni amalga oshirish imkonini beradi:

- ishlab chiqarish zaxiralarining joriy boshqaruvi va nazoratini ta‘minlash;
- korxonaning ta‘minot, ishlab chiqarish, sotish xizmatlari rejalari va harakatlarini, real vaqt miqyosida, kelishilishi va operativ to‘g‘irlanishi.

Rag‘batlantiruvchi tizimlarining zamonaviy, rivojlangan variantlarida bashorat qilishning ham turli xil masalalari yechiladi.

Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarish logistikasida moddiy oqimlar boshqaruvining yetaklovchi tizimlari

Ishlab chiqarishdagi logistik jarayonlarni tashkil etishning ikkinchi varianti, moddiy oqimlarni boshqarishning prinsipial boshqacha usuliga asoslangan. U «etaklovchi tizim» deb nomlanadi. Bu ishlab chiqarishni tashkil etishning shunday tizimiki, unda zarur mahsulotlar keyingi bo‘g‘indan oldingisiga lozim bo‘lgan taqdirdagina yetkaziladi.

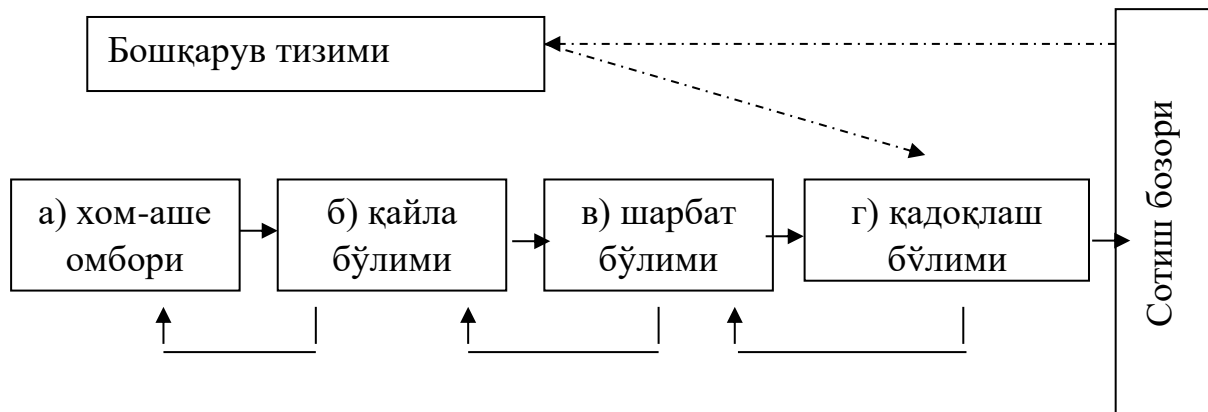
Bu yerda markaziy boshqaruv tizimi korxonaning har xil bo‘limlari orasidagi moddiy oqimlar almashinuviga aralashmaydi, va ular uchun joriy ishlab chiqarish vazifalarini belgilamaydi. Ayrim texnologik bo‘g‘in ishlab chiqarish texnologik zanjirining oxirgi bo‘g‘ini oldida vazifa qo‘yadi.

Yetaklovchi tizimning amal qilish mexanizmini tushunish uchun, 9-rasmdagi misolni ko‘rib chiqamiz.

Faraz qilaylik meva qayta ishlash korxonasi 1500 birlik mahsulot (meva sharbati) ishlab chiqarishga buyurtma qabul qildi. Bu buyurtmani boshqaruv tizimi qadoqlash (tayyor mahsulot) bo‘limiga jo‘natadi. Qadoqlash bo‘limi buyurtmani bajarish uchun sharbat bo‘limidan 1500ta qadoq mahsulotga ketadigan sharbat so‘raydi. Sharbat bo‘limi o‘z zaxirasidan so‘ralgan mahsulotni yetkazadi va uni o‘rnini to‘ldirish uchun qayla bo‘limidan 1500ta qadoq sharbat ishlab chiqarish uchun qayla so‘raydi. Qayla bo‘limi o‘z zaxiralaridan so‘ralgan mahsulotni

yetkazadi va uni o'rnini to'ldirish uchun ombordan meva so'raydi. Shunday qilib moddiy oqim har bir oldingi bo'g'in tomonidan «tortib olinadi».

Bunda ayrim bo'lim xodimlari, markaziy boshqaruv tizimiga nisbatan, optimal buyurtma o'lchamini aniqlovchi, ko'proq o'ziga xos omillarni hisobga olish imkoniyatiga ega.



Shartli belgilashlar:

⇒	- moddiy oqim,	→	- axborot oqimi,
ε	- meva yetkazilishi	↑	- qayla yetkazilishi
))	
ν	-sharbat yetkazilishi	ξ	- tayyor mahsulot
))	
с	- mevaga buyurtma	ε	- qaylaga buyurtma
))	
j	- sharbatga		
)	buyurtma		

9-rasm. Ishlab chiqarish logistik tizimi doirasidagi moddiy oqim boshqaruvini yetaklovchi tizimining prinsipial sxemasi

Korxonada moddiy oqimlarni boshqarishga logistik yondashuvni qo'llashdan vujudga keladigan umumiy samaraning tarkibiy qismlari quyidagilar:

1. Ishlab chiqarish bozorga mo'ljallangan. Kam hajmdagi va individual ishlab chiqarishga samarali o'tish mumkin bo'ladi.
2. Yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik munosabatlari o'rnatiladi.
3. Uskunalar to'xtab turishi qisqaradi. Bu, ish joylarida kerakli materiallar doimo mavjud bo'lishi bilan, ta'minlanadi.
4. Ishlab chiqarayotgan mahsulot sifati oshadi.
5. Ishlab chiqarish sikli kamayadi va xarajatlar minimallashtiriladi.

Ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirish imkonini beradigan sabablarga to'laroq to'xtalib o'tamiz.

❖ Zaxiralar optimizatsiyasi – logistikaning markaziy muammolaridan biri.

Zaxiralarni saqlash, moliyaviy mablag'lar ajratilishini, moddiy texnika baza va mehnat resurslarining katta qismining ishlatilishini talab qiladi. Ishlab chiqarishni tashkil etishning zamonaviy logistik uslublarini qo'llayotgan qator /arbiy Yevropa firmalari tajribalarining tahlili shuni ko'rsatadiki, logistikani qo'llanilishi ishlab chiqarish zaxiralarini 50% ga kamaytirish imkonini beradi.

❖ Yordamchi ishchilar sonini kamayishi. Tizimlilik (ishni tizimli amalga oshishi) darajasi qancha past bo'lsa, mehnat jarayoni shunchalik aniqlanmagan bo'ladi, bu esa ishning katta hajmlarini bajarishda yordamchi ishchilarga bo'lgan ehtiyoj shunchalik ortishiga olib keladi.

❖ Materiallar yo'qotilishini kamayishi. Istalgan logistik operatsiya – bu potensial yo'qotishlar. Logistik operatsiyalar optimizatsiyasi – bu yo'qotishlarnig kamayishidir.

❖ Ishlab chiqarish va ombor maydonlari ishlatilishini yaxlitlash. Oqim jarayonlarining noaniqligi ko'proq qo'shimcha maydonlarni oldindan egallab qo'yishga undaydi. Masalan, ulgurji savdo bazalari loyihasida, oqim jarayonlarining noaniqligi ombor maydonlarini 30%ga oshirilishiga majbur qilgan.

❖ Jarohatlarning kamayishi. Logistik yondashuv o'z ichiga mehnat xavfsizligi tizimini ham kiritadi.

LOGISTIKA KONSEPSIYASI

Darsning maqsadi: logistika konsepsiyasi xususida tushuncha. Konsepsiyani tashkil etuvchi tizimlar.

Darsning shakli: Amaliy mashg'ulot savollari bo'yicha guruh taqsimoti.

Darsning tuzilishi:

- Tashkiliy daqiqa,
- Yangi mavzu bo'yicha guruhda ishlash,
- Guruh taqdimoti,
- Guruh ishining yakuni,
- Darsga yakun yasash va vazifa.

Mikrodarajadagi ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari, bir-biri bilan o'zaro munosabatda va aloqalarda bo'lib, ma'lum birlikni, butunlikni vujudga keltirgan tizimchalar qatoridir. Bu tizimchalar: xaridlar, omborlar, zaxiralar, ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish, transport, axborot, sotish va kadrlardir. Ular moddiy oqimni tizimga kirishi, undan o'tishi va chiqib ketishini ta'minlaydilar. Logistik konsepsiyasiga muvofiq ichki ishlab chiqarish logistik tizimlarining yaratilishi, korxonada ichidagi ta'minot, ishlab chiqarish va sotish bo'g'inlarining rejaları va ishlarini doimiy ravishda o'zaro kelishilishi va to'g'rilanib borishi imkoniyatini ta'minlashi lozim.

Ishlab chiqarishni tashkil etishning logistik konsepsiyasi quyidagi asosiy holatlarni o'z ichiga oladi:

- ortiqcha zaxiralardan voz kechish;

- asosiy va transport-ombor operatsiyalarini bajarish uchun
- ortiqcha vaqtdan voz kechish;
- iste'molchi buyurtmasi bo'lmagan mahsulotlarni ishlab
- chiqarishdan voz kechish;
- uskunalar to'xtab turishini yo'q qilish;
- sifatsiz mahsulotlarni yo'q qilish;
- xo'jalik ichidagi noratsional tashishlarni yo'q qilish;
- yetkazib beruvchilarni hamkorlarga aylantirish.

Logistikadan farqli o'laroq ishlab chiqarishni tashkil etishning an'anaviy konsepsiyasi quyidagilardan iborat:

- mahsulotni iloji boricha yirik partiyalarda ishlab chiqarish;
- «har extimolga qarshi» moddiy resurslarning maksimal katta zaxirasiga ega bo'lish.

Konseptual hollarning mazmuni shundan dalolat beradiki, ishlab chiqarishni tashkil etishning an'anaviy konsepsiyasi «sotuvchi bozori» sharoitlari uchun eng qulay bo'lsa, logistik konsepsiya «xaridor bozori» sharoitlari uchun eng qulaydir.

Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish logistikasida moddiy oqimlarni boshqarishning rag'batlantiruvchi tizimlari

Ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari doirasidagi moddiy oqimlarning boshqaruvi har xil usullar bilan amalga oshirilishi mumkin. Ushbu usullardan, bir-biridan prinsipial farq qiluvchi, ikkita asosiysini alohida ko'rib chiqish lozim, bular itaruvchi va yetaklovchi boshqaruv usullaridir.

Birinchi variant «rag'batlantiruvchi tizim» deb nom olgan, va uning ishlab chiqarishni tashkil etish tizimi 8-rasmda ko'rsatilgan. Moddiy oqim, ishlab chiqarishni boshqarishning markaziy tizimidan kelgan buyruqqa binoan oldingi bo'g'indan iste'molchi tomon «itarib chiqariladi».



8-Rasm. Ishni ishlab chiqarish logistik tizimi doirasidagi moddiy oqim boshqaruvini rag'batlantiruvchi tizimining prinsipial sxemasi.

Amaliyotda, rag'batlantiruvchi tizimlarning turli xil variantlari mavjuddir. Ularning yaratilish imkoniyati hisoblash texnikasini ommaviy qo'llanilishiga bog'liqdir. Itaruvchi tizimlari boshqaruv avtomatizatsiyasining yuqori darajasi bilan tavsiflanadi, va bu avtomatizatsiya quyidagi asosiy funksiyalarni amalga oshirish imkonini beradi:

- ishlab chiqarish zaxiralarining joriy boshqaruvi va nazoratini ta'minlash;
- korxonaning ta'minot, ishlab chiqarish, sotish xizmatlari rejalari va harakatlarini, real vaqt miqyosida, kelishilishi va operativ to'g'irlanishi.

Ragʻbatlantiruvchi tizimlarining zamonaviy, rivojlangan variantlarida bashorat qilishning ham turli xil masalalari yechiladi.

Qishloq xoʻjaligi ishlab chiqarish logistikasida moddiy oqimlar boshqaruvining yetaklovchi tizimlari

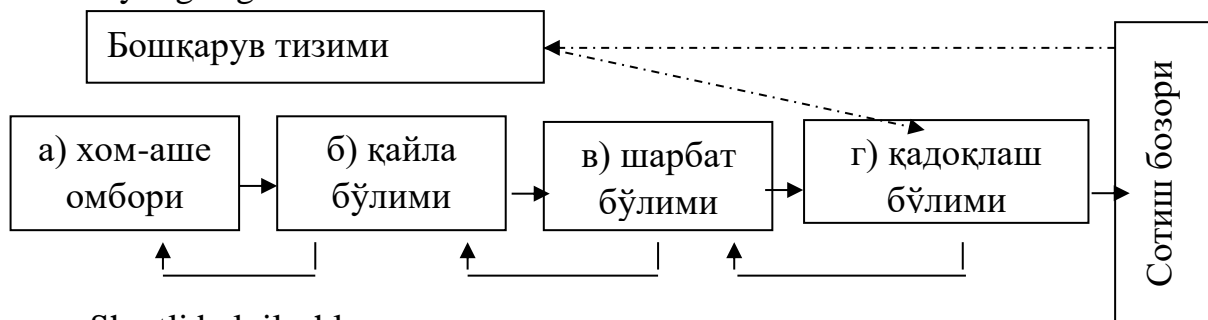
Ishlab chiqarishdagi logistik jarayonlarni tashkil etishning ikkinchi varianti, moddiy oqimlarni boshqarishning prinsipial boshqacha usuliga asoslangan. U «yetaklovchi tizim» deb nomlanadi. Bu ishlab chiqarishni tashkil etishning shunday tizimiki, unda zarur mahsulotlar keyingi boʻgʻindan oldingisiga lozim boʻlgan taqdirdagina yetkaziladi.

Bu yerda markaziy boshqaruv tizimi korxonaning har xil boʻlimlari orasidagi moddiy oqimlar almashinuviga aralashmaydi, va ular uchun joriy ishlab chiqarish vazifalarini belgilamaydi. Ayrim texnologik boʻgʻin ishlab chiqarish texnologik zanjirining oxirgi boʻgʻini oldida vazifa qoʻyadi.

Yetaklovchi tizimning amal qilish mexanizmini tushunish uchun, 9-rasmdagi misolni koʻrib chiqamiz.

Faraz qilaylik meva qayta ishlash korxonasi 1500 birlik mahsulot (meva sharbati) ishlab chiqarishga buyurtma qabul qildi. Bu buyurtmani boshqaruv tizimi qadoqlash (tayyor mahsulot) boʻlimiga joʻnatadi. Qadoqlash boʻlimi buyurtmani bajarish uchun sharbat boʻlimidan 1500ta qadoq mahsulotga ketadigan sharbat soʻraydi. Sharbat boʻlimi oʻz zaxirasidan soʻralgan mahsulotni yetkazadi va uni oʻrnini toʻldirish uchun qayla boʻlimidan 1500ta qadoq sharbat ishlab chiqarish uchun qayla soʻraydi. Qayla boʻlimi oʻz zaxiralaridan soʻralgan mahsulotni yetkazadi va uni oʻrnini toʻldirish uchun ombordan meva soʻraydi. Shunday qilib moddiy oqim har bir oldingi boʻgʻin tomonidan «tortib olinadi».

Bunda ayrim boʻlim xodimlari, markaziy boshqaruv tizimiga nisbatan, optimal buyurtma oʻlchamini aniqlovchi, koʻproq oʻziga xos omillarni hisobga olish imkoniyatiga ega.



Shartli belgilashlar:

⇒	- moddiy oqim,	→	- axborot oqimi,
ε	- meva yetkazilishi	†	- qayla yetkazilishi
))	
∨	-sharbat yetkazilishi	ξ	- tayyor mahsulot
))	
⊂	- mevaga buyurtma	⊂	- qaylaga buyurtma
))	
j	- sharbatga		
)	buyurtma		

9-rasm. Ishlab chiqarish logistik tizimi doirasidagi moddiy oqim boshqaruvini yetaklovchi tizimning prinsipl sxemasi

Korxonada moddiy oqimlarni boshqarishga logistik yondashuvni qo‘llashdan vujudga keladigan umumiy samaraning tarkibiy qismlari quyidagilar:

6. Ishlab chiqarish bozorga mo‘ljallangan. Kam hajmdagi va individual ishlab chiqarishga samarali o‘tish mumkin bo‘ladi.

7. Yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik munosabatlari o‘rnatiladi.

8. Uskunalar to‘xtab turishi qisqaradi. Bu, ish joylarida kerakli materiallar doimo mavjud bo‘lishi bilan, ta‘minlanadi.

9. Ishlab chiqarayotgan mahsulot sifati oshadi.

10. Ishlab chiqarish sikli kamayadi va xarajatlar minimallashtiriladi.

Ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq xarajatlarni kamaytirish imkonini beradigan sabablarga to‘laroq to‘xtalib o‘tamiz.

❖ Zaxiralar optimizatsiyasi – logistikaning markaziy muammolaridan biri. Zaxiralarni saqlash, moliyaviy mablag‘lar ajratilishini, moddiy texnika baza va mehnat resurslarining katta qismining ishlatilishini talab qiladi. Ishlab chiqarishni tashkil etishning zamonaviy logistik uslublarini qo‘llayotgan qator /arbiy Yevropa firmalari tajribalarining tahlili shuni ko‘rsatadiki, logistikani qo‘llanilishi ishlab chiqarish zaxiralarini 50% ga kamaytirish imkonini beradi.

❖ Yordamchi ishchilar sonini kamayishi. Tizimlilik (ishni tizimli amalga oshishi) darajasi qancha past bo‘lsa, mehnat jarayoni shunchalik aniqlanmagan bo‘ladi, bu esa ishning katta hajmlarini bajarishda yordamchi ishchilarga bo‘lgan ehtiyoj shunchalik ortishiga olib keladi.

❖ Materiallar yo‘qotilishini kamayishi. Istalgan logistik operatsiya – bu potensial yo‘qotishlar. Logistik operatsiyalar optimizatsiyasi – bu yo‘qotishlarnig kamayishidir.

❖ Ishlab chiqarish va ombor maydonlari ishlatilishini yaxlitlash. Oqim jarayonlarining noaniqligi ko‘proq qo‘shimcha maydonlarni oldindan egallab qo‘yishga undaydi. Masalan, ulgurji savdo bazalari loyihasida, oqim jarayonlarining noaniqligi ombor maydonlarini 30%ga oshirilishiga majbur qilgan.

❖ Jarohatlarning kamayishi. Logistik yondashuv o‘z ichiga mehnat xavfsizligi tizimini ham kiritadi.

Mikrologistika tushunchasi. Mikrologistik tizim vazifalari

Darsning maqsadi: mikrologistika tushunchasi. Makrologistika tushunchasi. Ularning vazifalari.

Darsning shakli: Amaliy mashg‘ulot savollari bo‘yicha guruh taqsimoti.

Darsning tuzilishi:

- Tashkiliy daqiqa,
- Yangi mavzu bo‘yicha guruhda ishlash,
- Guruh taqdimoti,
- Guruh ishining yakuni,

-Darsga yakun yasash va vazifa.

Mikrologistik tizimlar biznesni aniq tashkil etish sirasiga kiradi va ishlab chiqarish, ta'minot, sotish jarayonida moddiy hamda unga bog'liq oqimlarni boshqarish va optimallashtirish uchun mo'ljallangan.

Ichki (ishlab chiqarish ichidagi), tashqi va birlashgan mikrologistik tizimlar ajralib turadi.

Ishlab chiqarish ichidagi logistik tizimlar moddiy oqimlarni mahsulotni ishlab chiqarishning texnologik davri doirasida boshqarishni optimallashtiradi. Ishlab chiqarish ichidagi logistik tizimlarning asosiy vazifalari moddiy resurslar zahiralari va tugallanmagan ishlab chiqarishni kamaytirish, firmaning oborot kapitalining aylanishini tezlashtirish, ishlab chiqarish davrining davomiyligini kamaytirish, moddiy resurslar zahiralari miqdorini nazorat qilish va boshqarish, texnologik (sanoat) tarantiporti ishini optimallashtirish hisoblanadi. Mahsulotning eng kam tannarxi va tayyor mahsulot sifati darajasini ta'minlashda ishlab chiqarish davrining minimal davomiyligi esa ishlab chiqarish ichidagi logistik tizimlar ishlashini optimallashtirishning mezonlari sanaladi.

Tashqi logistik tizimlar moddiy va unga hamrohlik qiluvchi oqimlarni ularning manbalaridan ishlab chiqarishdan tashqari texnologik davrning mo'ljallangan punktlariga boshqarish va optimallashtirish bilan bog'liq masalalarni, umumiy harajatlar va logistik tizimning ayrim bo'g'inlarining logistik operatsiyalari bilan bog'liq harajatlarni optimallashtirish, moddiy resurslar va tayyor mahsulotni yetkazib berish vaqtini hamda iste'molchilar buyurtmalarini bajarish vaqtini qisqartirish masalalarini hal etadi. Ta'minot va taqsimlash tarmoqlari, tovar o'tkazish tarmoqlari tarkibiy qismlari esa tashqi logistik tizimlar bo'g'inlari sanaladi.

Yetkazib beruvchilarning tovar ishlab chiqarish tarmog'i bilan birga yukni transportda tashish, omborlarga joylashtirish, saqlash va qayta ishlash bo'yicha turli logistik operatsiyalarni bajaruvchi va tashqi logistik tizimni tashkil etuvchi logistik tizimlar, bo'g'inlardan tashkil topgan tuzilmalar ishlab chiqaruvchi firma ta'minotining (xaridlar) tashqi logistik tizimlari hisoblanadi. Bunday tizimda logistik boshqaruvning muhim vazifalaridan biri logistik vazifalarni muvofiqlashtirish hamda yetkazib beruvchilar, vositachilar va iste'molchilar maqsadlarini o'zaro moslashtirish hisoblanadi.

Birlashgan mikrologistik tizimlar chegaralari moddiy resurslarni sotib olish, tayyor mahsulotni iste'molchiga sotishni tashkil etish, sotishdan keyingi servis xizmatini ko'rsatish chog'ida taqsimlash tizimidagi ta'minotni, ishlab chiqarish ichidagi logistik vazifalarni va logistik operatsiyalarni tashkil etish jarayonlarini o'z ichiga oladigan ishlab chiqarish-taqsimlash davri tomonidan aniqlanadi.

Birlashgan logistik tizimdagi logistika menejmenti firma ishlarini va uning logistik sheriklarini tashkil etishga erishish uchun moddiy, moliyaviy va axborot oqimlarini boshqarishni optimallashtirish jarayonlarida vaqt hamda kenglik omillarini to'liq hisobga olishni ta'minlaydigan boshqaruvchilik yondoshuvini ifoda etadi. Umumiy logistik sarf-harajatlarni minimallashtirish konsepsiyasi va ishlab chiqarish-taqsimlash davrining barcha bosqichlarida sifatni boshqarish konsepsiyasi birlashgan logistik tizimlarni shakllantirishni belgilovchi omil hisoblanadi.

Ba'zida ishlab chiqarish ichidagi va tashqi logistik tizimlar birlashgan logistik tizimlarning kichik tizimlari sifatida ko'rib chiqiladi. Bazisli logistik operatsiyalar (ta'minot, ishlab chiqarish, sotish) logistik tizim oldiga qo'yilgan optimallashtirish maqsadlari va mezonlariga bog'liq holda moddiy, moliyaviy, axborot oqimlarini va logistik tizimning ko'plab bo'g'inlarini muvofiqlashtiradigan va birlashgan boshqaruvni amalga oshiradigan maxsus tashkiliy-funksional tuzilmalarni yaratish orqali amalga oshiriladi. Firma ichidagi bo'linmalar (transport, ishlab chiqarish, omborlar va hokazolar) va u yoki bu logistik operatsiyalar hamda vazifalarni bajaruvchi jalb qilingan korxonalar, tashkilotlar hamda muassasalar logistik tizimlar bo'g'inlari bo'lishi mumkin.

Mikrologistik tizimlarning umumiy tuzilmasi bazis operatsiyalar va logistik tizimlar maqsadlarini qamrab olish darajasidan qat'i nazar birlashgan, tashqi yoki ishlab chiqarish ichidagi logistik tizim sifatida faoliyat ko'rsatishi mumkin.

-Mikrologistika bitta korxonada doirasida quyidagi vazifalarni hal etadi

-kirish zahirlari darajasini prognoz qiladi va nazorat etadi;

-oraliqdagi zahirlar darajasini prognoz qiladi va nazorat etadi;

-tayyor mahsulot zahiralari darajasini prognoz qiladi va nazorat etadi;

-sanoat korxonalari ichidagi ishlab chiqarish jarayonida buyumlar sotishni prognoz qiladi, boshqaradi va ularning ko'chishini nazorat qiladi;

-transport-ombor va yuklash-tushirish ishlarining bajarilishini boshqaradi.

-Logistik tizimda logistik boshqaruv jarayonlarini qo'llab-quvvatlash uchun odatda ta'minotning axborot, tashkiliy, iqtisodiy, texnik, huquqiy, ergonomik va boshqa turlaridan tashkil topgan kichik tizimlari majmui shakllantiriladi.

Mikro va makrologistika o'rtasida fundamental farq bor.

Yuridik maqomga ega korxonalar makrologistika tomonidan nazorat qilinadigan ob'ektlar hisoblanadi. Ular orasidagi o'zaro harakat tovar-pul munosabatlarga asoslanadi va huquqiy kuchga ega tegishli shartnoma hamda bitimlar bilan qat'iy belgilanadi.

Muhokama uchun savollar

1. Makrologistika tushunchasiga ta'rif bering.
2. Makrologistik tizim vazifalari nimalardan iborat.
3. Mikrologistika tushunchasiga ta'rif bering.
4. Mikrologistik tizim vazifalari nimalardan iborat.
5. Makrologistik tizimda transport xarakati yo'nalishi nimalardan iborat.
6. Makro va mikrologistikada umumiy axborot tizimi nimalardan iborat.

2-mavzu. QISHLOQ XO'JALIGIDA ISHLAB CHIQRISH LOGISTIKASI VA LOGISTIK-SERVIS XIZMATI KO'RSATISHNI TASHKIL ETISH.

1. Darsning maqsadi: Ishlab chiqarish logistikasi tushunchasi, Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarishni tashkil etishning an'anaviy va logistik konsepsiyalari, Ishlab chiqarish tizimlarining sifat va miqdor egiluvchanligi. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi logistikasida moddiy oqimlarni boshqarishning rag'batlantiruvchi

tizimlari.

Qishloq xo'jaligida logistik-servis xizmati ko'rsatishni tashkil etish.

Darsning shakli: Seminar, amaliy mashg'ulot savollari bo'yicha guruh taqsimoti.

Darsning tuzilishi:

- Tashkiliy daqiqa,
- Yangi mavzu bo'yicha guruhda ishlash,
- Guruh taqdimoti,
- Guruh ishining yakuni,
- Darsga yakun yasash va vazifa.

Ishlab chiqarish logistikasi tushunchasi.

Moddiy oqim, xom-ashyoning birinchi manbasidan oxirgi iste'molchigacha bo'lgan yo'lida qator ishlab chiqarish bo'g'inlaridan o'tadi. Bu bosqichda moddiy oqimlarni boshqarish, o'ziga xos xususiyatlariga ega, va ishlab chiqarish logistikasi deb ataladi.

«Ishlab chiqarish» atamasining ma'nosini eslatib o'tamiz. Ma'lumki jamiyat ishlab chiqarishi moddiy va nomoddiy qismlarga bo'linadi. Ishlab chiqarish logistikasi, moddiy ishlab chiqarish sohasida yuz beradigan jarayonlarni ko'rib chiqadi.

Ishlab chiqarish logistikasining maqsadi bu moddiy boyliklar yaratuvchi yoki saqlash, qadoqlash, joylash kabi moddiy xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar ichidagi moddiy oqimlarni optimizatsiyalashtirishdir. Ishlab chiqarish logistikasida o'rganiladigan ob'ektlarning tavsifiy belgisi – bu ularning hududiy ixcham joylashishidir. Adabiyotlarda ularni «logistikaning orol ob'ektlari» deb ham atashadi.

Ishlab chiqarish logistikasi doirasidagi logistik jarayon ishtirokchilarini ichki ishlab chiqarish munosabatlari bog'lab turadi (tovar-pul munosabatlari bilan bog'langan makrodarajadagi logistik jarayon ishtirokchilaridan farqli ravishda).

Ishlab chiqarish logistikasida ko'riladigan logistik tizimlar, ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari nomi bilan yuritiladi. Ularga: sanoat korxonalarini, ombor inshootlariga ega ulgurji savdo korxonalarini, xo'jalik hamda fermer xo'jaliklarini va boshqalarni kiritish mumkin.

Ichki ishlab chiqarish logistik tizimlarini mikro va makro darajalarda ko'rib chiqish mumkin.

Makrodarajada ishlab chiqarish logistik tizimlari makrologistik tizimlarning unsurlari sifatida namoyon bo'ladilar. Ular moddiy oqimlar manbalari bo'lib, ushbu tizimlar ishining bir tekis borishini ta'minlaydilar. Makrologistik tizimlarni tashqi muhit o'zgarishlariga moslashuvi, ularning ichidagi ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari ishlab chiqaradigan mahsulotning assortimenti va miqdorini tez o'zgartira

olish qobiliyatiga bog‘liq.

Mikrodarajadagi ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari, bir-biri bilan o‘zaro munosabatda va aloqalarda bo‘lib, ma’lum birlikni, butunlikni vujudga keltirgan tizimchalar qatoridir. Bu tizimchalar: xaridlar, omborlar, zaxiralar, ishlab chiqarishga xizmat ko‘rsatish, transport, axborot, sotish va kadrlardir. Ular moddiy oqimni tizimga kirishi, undan o‘tishi va chiqib ketishini ta’minlaydilar. Logistika konsepsiyasiga muvofiq ichki ishlab chiqarish logistik tizimlarining yaratilishi, korxonada ichidagi ta’minot, ishlab chiqarish va sotish bo‘g‘inlarining rejalari va ishlarini doimiy ravishda o‘zaro kelishilishi va to‘g‘rilanib borishi imkoniyatini ta’minlashi lozim.

Ishlab chiqarishni tashkil etishning logistik konsepsiyasi quyidagi asosiy holatlarni o‘z ichiga oladi:

- ortiqcha zaxiralardan voz kechish;
- asosiy va transport-ombor operatsiyalarini bajarish uchun
- ortiqcha vaqtdan voz kechish;
- iste’molchi buyurtmasi bo‘lmagan mahsulotlarni ishlab
- chiqarishdan voz kechish;
- uskunalar to‘xtab turishini yo‘q qilish;
- sifatsiz mahsulotlarni yo‘q qilish;
- xo‘jalik ichidagi noratsional tashishlarni yo‘q qilish;
- yetkazib beruvchilarni hamkorlarga aylantirish.

Logistikadan farqli o‘laroq ishlab chiqarishni tashkil etishning an’anaviy konsepsiyasi quyidagilardan iborat:

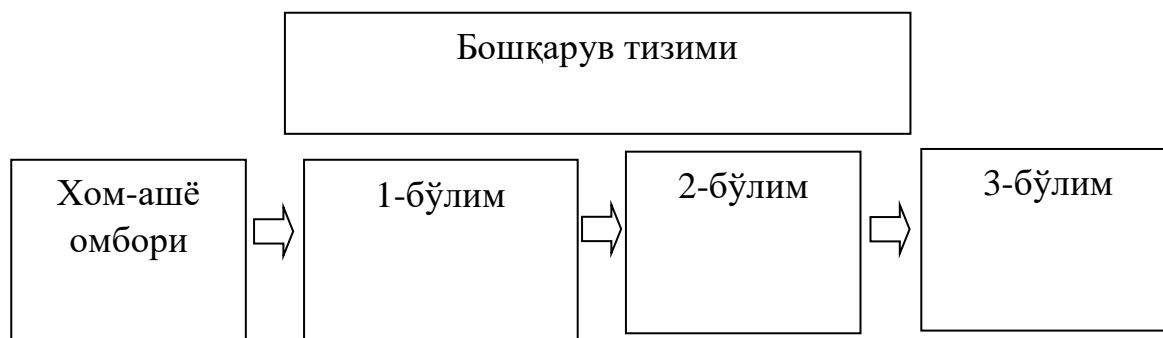
- mahsulotni iloji boricha yirik partiyalarda ishlab chiqarish;
- «har extimolga qarshi» moddiy resurslarning maksimal katta zaxirasiga ega bo‘lish.

Konseptual hollarning mazmuni shundan dalolat beradiki, ishlab chiqarishni tashkil etishning an’anaviy konsepsiyasi «sotuvchi bozori» sharoitlari uchun eng qulay bo‘lsa, logistik konsepsiya «xaridor bozori» sharoitlari uchun eng qulaydir.

Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarish logistikasida moddiy oqimlarni boshqarishning rag‘batlantiruvchi tizimlari

Ichki ishlab chiqarish logistik tizimlari doirasidagi moddiy oqimlarning boshqaruvi har xil usullar bilan amalga oshirilishi mumkin. Ushbu usullardan, bir-biridan prinsipial farq qiluvchi, ikkita asosiysini alohida ko‘rib chiqish lozim, bular itaruvchi va yetaklovchi boshqaruv usullaridir.

Birinchi variant «rag‘batlantiruvchi tizim» deb nom olgan, va uning ishlab chiqarishni tashkil etish tizimi 8-rasmda ko‘rsatilgan. Moddiy oqim, ishlab chiqarishni boshqarishning markaziy tizimidan kelgan buyruqqa binoan oldingi bo‘g‘indan iste’molchi tomon «itarib chiqariladi».



8-Rasm. Ishni ishlab chiqarish logistik tizimi doirasidagi moddiy oqim boshqaruvini rag‘batlantiruvchi tizimining prinsipial sxemasi.

Amaliyotda, rag‘batlantiruvchi tizimlarning turli xil variantlari mavjuddir. Ularning yaratilish imkoniyati hisoblash texnikasini ommaviy qo‘llanilishiga bog‘liqdir. Itaruvchi tizimlari boshqaruv avtomatizatsiyasining yuqori darajasi bilan tavsiflanadi, va bu avtomatizatsiya quyidagi asosiy funksiyalarni amalga oshirish imkonini beradi:

- ishlab chiqarish zaxiralarining joriy boshqaruvi va nazoratini ta‘minlash;
- korxonaning ta‘minot, ishlab chiqarish, sotish xizmatlari rejalari va harakatlarini, real vaqt miqyosida, kelishilishi va operativ to‘g‘irlanishi.

Rag‘batlantiruvchi tizimlarining zamonaviy, rivojlangan variantlarida bashorat qilishning ham turli xil masalalari yechiladi.

Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarish logistikasida moddiy oqimlar boshqaruvining yetaklovchi tizimlari

Ishlab chiqarishdagi logistik jarayonlarni tashkil etishning ikkinchi varianti, moddiy oqimlarni boshqarishning prinsipial boshqacha usuliga asoslangan. U «etaklovchi tizim» deb nomlanadi. Bu ishlab chiqarishni tashkil etishning shunday tizimiki, unda zarur mahsulotlar keyingi bo‘g‘indan oldingisiga lozim bo‘lgan taqdirdagina yetkaziladi.

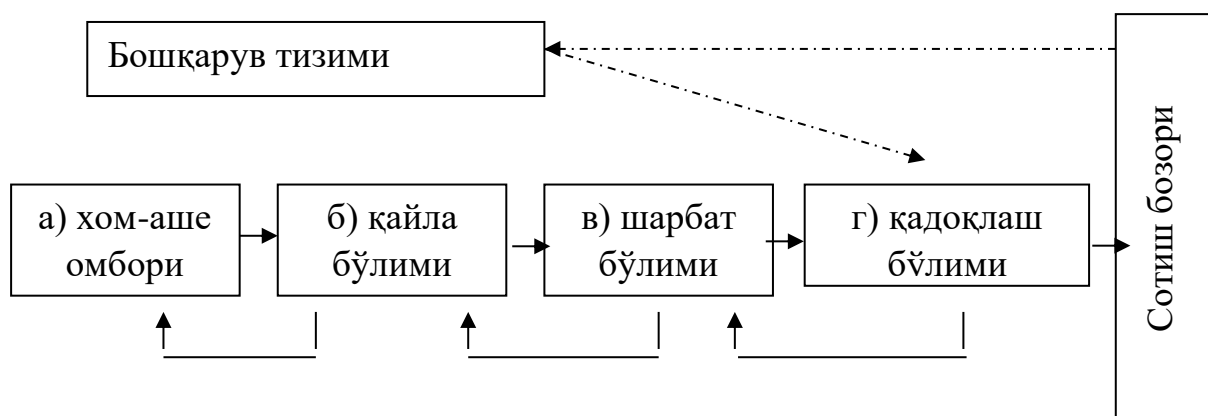
Bu yerda markaziy boshqaruv tizimi korxonaning har xil bo‘limlari orasidagi moddiy oqimlar almashinuviga aralashmaydi, va ular uchun joriy ishlab chiqarish vazifalarini belgilamaydi. Ayrim texnologik bo‘g‘in ishlab chiqarish texnologik zanjirining oxirgi bo‘g‘ini oldida vazifa qo‘yadi.

Yetaklovchi tizimning amal qilish mexanizmini tushunish uchun, 9-rasmdagi misolni ko‘rib chiqamiz.

Faraz qilaylik meva qayta ishlash korxonasi 1500 birlik mahsulot (meva sharbati) ishlab chiqarishga buyurtma qabul qildi. Bu buyurtmani boshqaruv tizimi qadoqlash (tayyor mahsulot) bo‘limiga jo‘natadi. Qadoqlash bo‘limi buyurtmani bajarish uchun sharbat bo‘limidan 1500ta qadoq mahsulotga ketadigan sharbat so‘raydi. Sharbat bo‘limi o‘z zaxirasidan so‘ralgan mahsulotni yetkazadi va uni

o‘rnini to‘ldirish uchun qayla bo‘limidan 1500ta qadoq sharbat ishlab chiqarish uchun qayla so‘raydi. Qayla bo‘limi o‘z zaxiralaridan so‘ralgan mahsulotni yetkazadi va uni o‘rnini to‘ldirish uchun ombordan meva so‘raydi. Shunday qilib moddiy oqim har bir oldingi bo‘g‘in tomonidan «tortib olinadi».

Bunda ayrim bo‘lim xodimlari, markaziy boshqaruv tizimiga nisbatan, optimal buyurtma o‘lchamini aniqlovchi, ko‘proq o‘ziga xos omillarni hisobga olish imkoniyatiga ega.



Shartli belgilashlar:

⇒	- moddiy oqim,	→	- axborot oqimi,
∴	- meva yetkazilishi	l	- qayla yetkazilishi
))	
∨	-sharbat yetkazilishi	∫	- tayyor mahsulot
))	
€	- mevaga buyurtma	€	- qaylaga buyurtma
))	
j	- sharbatga		
)	buyurtma		

9-Rasm. Ishlab chiqarish logistik tizimi doirasidagi moddiy oqim boshqaruvini yetaklovchi tizimining prinsipial sxemasi.

Korxonada moddiy oqimlarni boshqarishga logistik yondashuvni qo‘llashdan vujudga keladigan umumiy samaraning tarkibiy qismlari quyidagilar:

1 Ishlab chiqarish bozorga mo‘ljallangan. Kam hajmdagi va individual ishlab chiqarishga samarali o‘tish mumkin bo‘ladi.

2 Yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik munosabatlari o‘rnatiladi.

3 Uskunalar to‘xtab turishi qisqaradi. Bu, ish joylarida kerakli materiallar doimo mavjud bo‘lishi bilan, ta‘minlanadi.

4 Ishlab chiqarayotgan mahsulot sifati oshadi.

5 Ishlab chiqarish sikli kamayadi va xarajatlar minimallashtiriladi.

Ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq xarajatlarni kamaytirish imkonini beradigan sabablarga to‘laroq to‘xtalib o‘tamiz.

❖ Zaxiralar optimizatsiyasi – logistikaning markaziy muammolaridan biri.

Zaxiralarni saqlash, moliyaviy mablag'lar ajratilishini, moddiy texnika baza va mehnat resurslarining katta qismining ishlatilishini talab qiladi. Ishlab chiqarishni tashkil etishning zamonaviy logistik uslublarni qo'llayotgan qator /arbiy Yevropa firmalari tajribalarining tahlili shuni ko'rsatadiki, logistikani qo'llanilishi ishlab chiqarish zaxiralarini 50% ga kamaytirish imkonini beradi.

❖ Yordamchi ishchilar sonini kamayishi. Tizimlilik (ishni tizimli amalga oshishi) darajasi qancha past bo'lsa, mehnat jarayoni shunchalik aniqlanmagan bo'ladi, bu esa ishning katta hajmlarini bajarishda yordamchi ishchilarga bo'lgan ehtiyoj shunchalik ortishiga olib keladi.

❖ Materiallar yo'qotilishini kamayishi. Istalgan logistik operatsiya – bu potensial yo'qotishlar. Logistik operatsiyalar optimizatsiyasi – bu yo'qotishlarnig kamayishidir.

❖ Ishlab chiqarish va ombor maydonlari ishlatilishini yaxlitlash. Oqim jarayonlarining noaniqligi ko'proq qo'shimcha maydonlarni oldindan egallab qo'yishga undaydi. Masalan, ulgurji savdo bazalari loyihasida, oqim jarayonlarining noaniqligi ombor maydonlarini 30%ga oshirilishiga majbur qilgan.

❖ Jarohatlarning kamayishi. Logistik yondashuv o'z ichiga mehnat xavfsizligi tizimini ham kiritadi.

Qishloq xo'jaligida logistik –servis xizmati ko'rsatish

Logistik xizmatlar raqobatdoshlikka o'z ta'sirini o'tkazar ekan, har bir xo'jalik, firma yoki korxonalar iste'molchilarga logistik xizmat ko'rsatish sohasida aniq belgilangan strategiyaga ega bo'lishi zarur.

Iste'molchi bozorining segmentatsiyasi, jo'g'rofik omil bo'yicha, servis jihatlarini bo'yicha yoki boshqa bir omil bo'yicha amalga oshirilishi mumkin. Xaridorlar uchun ahamiyatli xizmatlarni tanlashni, ularning turkumlanishini, xizmatlar standartini aniqlashni, turli xil so'rovlarni o'tkazish yo'li bilan amalga oshirish mumkin. Ko'rsatiladigan xizmatlarni baholash turli xil usullar bilan amalga oshiriladi. Masalan, yetkazishning ishonchlilik darajasini o'z vaqtida yetkazilgan partiyalar ulushi bilan o'lchash mumkin.

Kompaniya resurslari esa xaridor uchun eng ahamiyatli bo'lgan xizmatlarni ko'rsatishga yo'naltiriladi.

Logistik servis sifatini baholash uchun quyidagi mezonlar qo'llaniladi¹⁵:

-yetkazish ishonchliligi;

-buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan to'liq vaqt;

-yetkazish egiluvchanligi;

-yetkazib beruvchi omborida zaxiralar mavjudligi;

-kredit olish imkoniyati, va qator boshqa mezonlar.

Bulardan birinchi uchtasini tavsiflab o'tamiz.

Yetkazish ishonchliligi. Umumiy holda, ishonchlilik deganda, belgilangan cheklanishlarda o'z tavsiflarini saqlagan holda berilgan funksiyalarni bajarish qobiliyatini o'z ichiga olgan, tizimning majmuaviy xususiyati tushuniladi.

Yetkazish ishonchliligi – bu yetkazib beruvchining belgilangan chegaralarda,

¹⁵ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

shartnomada kelishilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish qobiliyatidir. yetkazish ishonchliligi, yetkazish jarayoni tarkibiga kiruvchi ayrim turdagi ishlarni bajarish muddatlariga rioya qilishning ishonchliligi bilan aniqlanadi.

Yetkazish ishonchliligiga ta'sir etuvchi asosiy omillardan bo'lib, shartnomada ko'zda tutilgan majburiyatlar (kafolatlar) mavjudligi xizmat qiladi, yetkazish muddatlarini buzganlik uchun javobgarlik aynan shu majburiyatlarda belgilanadi.

Buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan to'liq vaqt, u o'z ichiga quyidagilarni oladi:

-buyurtmani rasmiylashtirish vaqti;

-ishlab chiqarish vaqti (agarda buyurilgan tovarlarni ishlab chiqarish lozim bo'lsa, bu vaqt yetkazish muddatiga qo'shiladi)

-qadoqlash vaqti;

-yuklash vaqti;

-yetkazish vaqti;

Shartnomada ko'rsatilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish, yuqorida sanab o'tilgan ushbu muddatning tarkibiy qismlariga qanday rioya qilinishiga bog'liq. Masalan, tovarni ishlab chiqarishga rejalashtirilgan muddatlarga yoki ekspeditor ta'kidlagan yetkazish muddatlariga rioya qilinmasligi mumkin.

Yetkazish egiluvchanligi – etkazuvchi tizimni mijozning alohida istaklarini (qoidalarini) e'tiborga olishi qobiliyatini bildiradi. Bunga quyidagilarni kiritadilar:

-buyurtma shaklini o'zgartirish imkoniyati;

-buyurtmani yetkazib berish turini o'zgartirish imkoniyati;

-qadoq turini o'zgartirish imkoniyati;

-yetkazib berishga bo'lgan talabnomani qaytarib olish imkoniyati;

-mijozni uning buyurtmasi holati to'g'risida axborot olishi imkoniyati;

-butlanmagan yetkazishlarda bo'lgan e'tirozlarga munosabat.

Agrosanoat majmuida logistik tizimi. Qishloq xo'jalik korxonasi-ning logistik tizimini shakllantirish asoslari.

Agrosanoat majmuasi - bu qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchi, qishloq xo'jaligini ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlovchi, qishloq xo'jaligini rivojlantirish maqsadida ishlab chiqarishga xizmat qiluvchi va qishloq xo'jalik mahsulotlarini saqlash, qayta ishlash, iste'molchiga yetkazib berish bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiyot tarmoqlari majmuasidir.

Agrosanoat majmuasining maqsadli faoliyati minimal xarajatlar hisobiga mamlakat aholisini oziq-ovqat mahsulotlari va sanoatni xom-ashyo bilan to'laroq qondirishga qaratilgan.

Agrosanoat majmui logistikasi quyidagi asosiy vazifalarni o'z ichiga oladi: ASMning barcha sohalarini resurs ta'minotini ratsionalizatsiyalash; ASMning sohalarini optimallashtirish.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida agrosanoat majmuasining tarmoq va korxonalari o'rtasidagi o'zaro aloqalar tovar ayriboshlash orqali amalga oshirilgan ekan, ASM tizimini hosil qiluvchi unsurlari bo'lib, tovar va ular bilan bog'liq moliyaviy va

axborot oqimlari xizmat qiladi. ASM kuchli iqtisodiy va ishlab chiqarishning o‘zaro aloqalariga ega, qishloq xo‘jalik mahsulotini ishlab chiqarish, qayta ishlash va saqlashga asoslangan, qishloq xo‘jaligini va qayta ishlash sanoatini ishlab chiqarish vositalari bilan ta‘minlovchi, majmua sifatida tavsiflanadi.

ASM uchta sohani o‘z ichiga oladi. Birinchi soha ASM ni ishlab chiqarish vositalari bilan ta‘minlovchi tarmoqlardan iborat. Ikkinchi sohaga bevosita qishloq xo‘jalik mahsulotlari ishlab chiqarish bilan shug‘ullanuvchi xo‘jaliklar kiradi.

ASMning uchinchi sohasiga qishloq xo‘jalik mahsulotlarini tayyorlanishi, qayta ishlanishi va uni iste‘molchilarga yetkazish bilan shug‘ullanadigan tuzilmalar va korxonalar kiradi.

Hozirgi kunda O‘zbekistonda mavjud sharoitlarda ASM sohalari orasida, tovar ayirboshlashni moddiy oqimlar bilan ta‘riflash mumkin.

- birinchi sohadan ikkinchi sohaga yo‘naltirilgan moddiy oqim: texnika, mashina, uskuna, yoqilg‘i-moylash materiallari, mineral o‘g‘itlar va qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilarning boshqa moddiy-texnik resurslardagi (MTR) ehtiyojini qondirish uchun lozim bo‘lgan yetkazishlarni o‘z ichiga oladi. Qishloq xo‘jalik moddiy-texnika ta‘minotining (MTT) o‘ziga xos xususiyatlariga ko‘ra, ushbu moddiy oqim, odatda, tijorat vositachilari ishtirokida tashkil etiladi;

- ikkinchi sohadan birinchi sohaga yo‘naltirilgan moddiy oqim, birinchi sohada ishlatiladigan birlamchi qishloq xo‘jalik xom-ashyosi (birinchi soha korxonalar va tashkilotlarining umumiy ovqatlanish tizimiga), hamda barter almashuvi uchun qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetkazishni o‘z ichiga oladi;

- ikkinchi sohadan uchinchi sohaga yo‘naltirilgan moddiy oqimlar, qayta ishlash sanoati korxonalariga oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa tovarlar ishlab chiqarish uchun qishloq xo‘jalik xom ashyosini (qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilari mahsulotini) (QXM) yetkazib berishini o‘z ichiga oladi:

- uchinchi sohadan birinchi sohaga yo‘naltirilgan moddiy oqim, qishloq xo‘jalik xom-ashyosini qayta ishlash natijasida olingan oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa tovarlarni yetkazib berishini o‘z ichiga oladi. Bu moddiy oqim, birinchi sohada band ishchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun xizmat qiladi.

Moliyaviy resurslar va axborot oqimlari bilan kuzatiladigan, yuqorida aytib o‘tilgan moddiy oqimlar ASMdagi logistika tizimlarini tashkil etadi.

Moddiy oqimlar logistik zanjirning quyidagi halqalarini o‘z ichiga oladi:

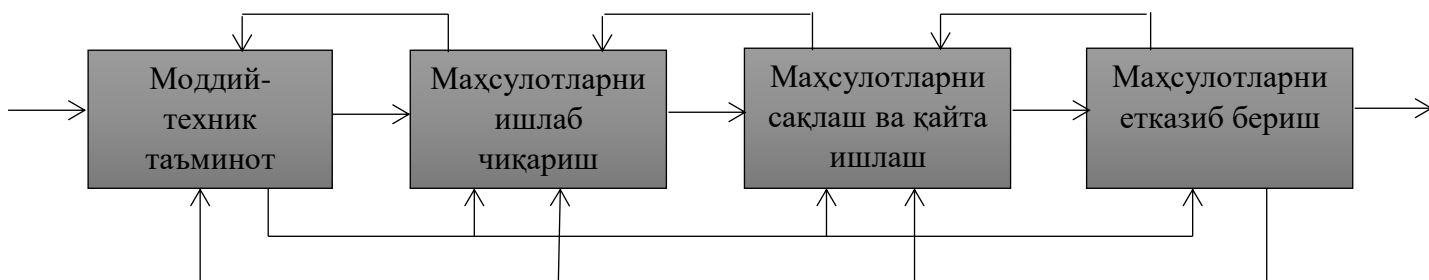
-qishloq xo‘jaligining moddiy-texnika ta‘minoti (QXMTT);

- qishloq xo‘jalik tovar mahsulotlarini tayyorlashning, ularning asosiy qismi tayyorlov va davlat ehtiyojlari uchun xaridlar bo‘yicha maxsus tashkilotlar tomonidan amalga oshirilishi;

- qishloq xo‘jalik tovar mahsulotlarini saqlash va qayta ishlash, maxsus omborxonalar tarmog‘i va birlamchi qayta ishlash bo‘yicha maxsus korxonalar;

- ochiq bozorga va davlat ehtiyojlari uchun qishloq xo‘jalik tovar mahsulotlarini yetkazib berish xaridlar tizimini tashkil etish. Qishloq xo‘jalik xom-ashyosi va mahsulotini sotish bo‘yicha tashkiliy bozorlar tarmog‘ini yaratish ham shular jumlasidandir.

Ushbu halqalarning o‘zaro logistik bog‘lanishlari quyidagicha sxema tarzida ifodalash mumkin (4-rasm).



4-rasm. ASMDa moddiy oqimlarning modeli.

ASM sohasidagi moddiy va ular bilan bog‘liq bo‘lgan moliyaviy resurslar va axborot oqimlari iqtisodiy oqimlar yig‘indisini aks ettiradi. Ushbu tizim qanchalik optimal faoliyat yuritsa, logistika ham ASM sohasida shunchalik keng va chuqur qo‘llaniladi, hamda qishloq xo‘jaligi samaradorligining rivojlanishi ham shunga muvofiq bo‘ladi.

ASM infratuzilmasi tizimining nisbatan past darajada rivojlanganligi qishloq xo‘jaligida katta yo‘qotishlarga olib keladi. Chunki infratuzilma majmuasiga kiruvchi korxonalar va tashkilotlar, qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilarining moddiy-texnika ta‘minoti va mahsulotlarni sotish jarayonlarida, tovar harakati logistik tizimlarining xalqalari (bo‘g‘inlari) vazifasini bajaradi.

ASM sohasidagi tovar harakati logistik zanjiri ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini bir-biriga to‘g‘ri kelmasligi oqibatida hamma zarar ko‘radi: qishloq xo‘jaligi uchun mahsulotlar ishlab chiqaruvchi va yetkazib beruvchi korxonalar ham (ish faolligini pasayishi), qishloq xo‘jalik ishlab chiqaruvchilari ham (to‘lov qobiliyatiga ega bo‘lgan talabning kamayishi), qayta ishlash sanoati korxonalari ham (xom-ashyo bazasining qisqarishi va ishlab chiqarish hajmlarining pasayishi), so‘nggi iste‘molchilar ham yetarli iste‘mol qilishmasligi yuz beradi.

2-jadval

ASMDa logistika turlarini turkumlanishi

Turkumlanishi	Logistika turlari
Funksional	Sotib olish
	Taqsimlash
Sohaviy	1-soha logistikasi
	2-soha logistikasi
	3-soha logistikasi
Ierarxik	Makrologistika
	Mezologistika
	Mikrologistika

Resurs bo'yicha	Moliyaviy
	Axborot
	Logistik
Tarkibiy	Logistik operatsiya
	Logistik zanjir
	Logistik tizim
Taqrir ishlab chiqarish	Tijorat
	Ishlab chiqarish
	Transport-ombor logistikasi

ASM resurs ta'minotining son va sifat ko'rsatkichlarini kamayishi butun agrota'minot va agroservis tizimining buzilishi bilan kuzatiladi. Olimlar tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlarning ko'rsatishicha ushbu tizimning barcha bo'limlari (agrota'minot va servis korxonalari tarmog'i, ularni ishlab chiqarish bazalari) faoliyati susayadi.

Ushbu korxonalarining tashkiliy-huquqiy mavqei xizmat ko'rsatayotgan xo'jaliklar manfaatlariga to'g'ri kelmaydi, resurslar yetkazishni tashkil etish va xizmatlarni ko'rsatish shakllari ham kamchiliklarga ega bo'ladi, iste'molchilarning yetkazib beruvchilar va agroservis korxonalari bilan bo'lgan iqtisodiy munosabatlar tizimi yaxshi ishlab chiqilmagan bo'ladi.

ASMDa logistika xususiyatlari, birinchi navbatda, iqtisodiy oqimlarni tashkil etish xususiyatlariga bog'liqdir. Ular esa qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilarining joylashuvi va ixtisoslashuvi bilan bog'liq quyidagi omillar ta'siri ostida bo'ladilar:

- qishloq xo'jalik korxonalarining joylashuvi qishloq xo'jalik mahsulotlarini sotish bozorlari, qayta ishlash quvvatlari, qishloq xo'jalik xom ashyosi va tovarmahsulotlarini saqlash idishlari, transport komunikatsiyalari va infratuzilma majmuasining boshqa tarkibiy qismlari mavjudligi bilan aniqlanadi. Bunda yirik aholi punktlarining mavjudligi qishloq xo'jalik korxonalari ixtisoslashuvini belgilaydi.

- qishloq xo'jaligida MTRlarning hajmi, tuzilmasi va yo'nalishi qishloq xo'jalik ekinlari maydoni, ularning tuzilmasi (aholi jon boshiga to'g'ri keladigan ekin maydoni o'lchami), qishloq xo'jalik tovar ishlab chiqaruvchilarining ixtisoslashuvi va boshqalar bilan aniqlanadi. Ularning to'lov qobiliyatiga ega bo'lgan talabi bundan mustasno;

- ASM uchun ichki va tashqi transaksiyalarning intensivligiga qishloq xo'jalik ishlab chiqarishi samaradorligi va natijaviyligi bevosita bog'liq. Bunda qishloq xo'jalik mahsuloti ishlab chiqarilishi va yer maydoni birligiga to'g'ri keladigan yalpi daromadni, moddiy va mehnat xarajatlari birligini, ishlab chiqarish daromadliligini va boshqalarni hisobga olish lozim;

- qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazib berish bo'yicha mintaqalararo va xalqaro aloqalarning rivojlanishi. Bunda o'z qishloq xo'jalik ishlab chiqaruvchilariga nisbatan bo'lgan proteksionizm va hududga olib kirilayotgan qishloq xo'jalik mahsulotlariga nisbatan bo'lgan diskriminatsiya hududlararo tovar ayriboshlashning to'xtab qolishiga va mamlakatdagi butun qishloq xo'jalik ishlab chiqarish samaradorligini pasayishiga olib kelishi mumkin;

- qishloq xo'jaligi uchun MTPlariga va aholi, hamda iqtisodiyotning qolgan tarmoqlari uchun qishloq xo'jalik mahsulotlariga bo'lgan narxlar mutonosibligini o'rnatish va saqlab turish. Narxlar nomutonosibligi qanchalik chuqur bo'lsa, qishloq xo'jaligiga MTRlarni yetkazish hajmi shunchalik past bo'ladi va demak, QXM ishlab chiqarish ham kamayadi;

- qishloq xo'jalik ishlab chiqarishini konsentratsiyalanish darajasi va qishloq xo'jalik tovar ishlab chiqaruvchilarining kooperatsiya darajasi.

Boshqa sharoitlar bir xil bo'lgan taqdirda, qishloq xo'jalik korxonasi qanchalik kichik bo'lsa, uning faoliyat natijaviyligi va samaradorligi shunchalik past bo'ladi. Bu qishloq xo'jalik ishlab chiqarish texnika va texnologiyasiga ham, qishloq xo'jaligiga MTRni yetkazish va mahsulotlarni sotish bo'yicha bozor tamoyillarini samaradorligini tashkil etishga ham bog'liq.

Bundan kelib chiqqan holda, ASMDa logistikani qo'llashning asosiy yo'nalishlari sifatida, majmua barcha ishtirokchilari va unsurlarining tizimli integratsiyasini va barcha logistik zanjir va tizimlarning tuzilmali optimallashtirishini tan olish lozim bo'ladi. ASMDa logistikani qo'llashning funksiyalaridan biri, bu ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda ishlab chiqarish omillarining o'zaro aloqalarini to'g'ri aniqlashdan iboratdir.

Har bir ishlab chiqarish, zamonaviy hamda, umumiy jihatlari bilan tavsiflanishi mumkin. U bir xil asosiy tarkibiy qismlarga ega bo'lib, insonning mehnat predmetlari va qurollariga, o'z ehtiyojini qondirish maqsadidagi ta'siri jarayonidir.

Ishlab chiqarish omillarini resurslar (tarkibiy, moddiy va mehnat) sifatida emas, balki ishlab chiqarishga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi parametrlar sifatida ko'rib chiqish taklif etiladi. Bunday yondoshuv ishlab chiqarish omillari ro'yxatiga, texnologiya, ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonini kiritib uni kengaytiradi.

Bu nuqtai-nazardan, ishlab chiqarish, shaxsiy yoki jamiyat ehtiyojlarini qondirish maqsadida yo'naltirilgan jarayon sifatida ko'rilishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda u ishlab chiqarish omillarini tayyor mahsulotga aylantiruvchi, ishlab chiqarish jarayoni sifatida qaralishi mumkin.

6. Xizmat ko'rsatish tizimini shakllantirish.

«Xaridor bozori» sharoitida, sotuvchi, xaridor talabidan kelib chiqqan holda, o'z faoliyatini amalga oshirishiga to'g'ri keladi. Bunda talab tovarga bo'lgan talab bilan cheklanmaydi. Xaridor ushbu tovarni yetkazib berish jarayonida unga ko'rsatiladigan xizmatlar tarkibi va sifati bo'yicha ham o'z talablarini ilgari suradi.

Xizmat, atamasining asl ma'nosi, biror-bir kimsaga foyda keltiruvchi yoki yordam beruvchi hatti-harakatlarni anglatadi. Birovlar ehtiyojlarini qondirish, ya'ni ularga xizmat ko'rsatish esa servis deb ataladi.

Logistik faoliyat, moddiy oqim iste'molchisiga turli xildagi logistik xizmatlar ko'rsatish imkoniyatini nazarda tutadi. Logistik servis taqsimot jarayoni bilan uzviy bog'langan bo'lib, tovarni yetkazish jarayonida ko'rsatiladigan xizmatlar majmuidan iboratdir.

Logistik servisning ob'ekti bo'lib moddiy oqimning turli iste'molchilari xizmat

qiladi (23-rasm). Logistik servis yetkazib beruvchining o‘zi tomonidan, yoki logistik servisga ixtisoslashgan ekspeditorlik firmasi tomonidan amalga oshiriladi.

Logistik xizmat ko‘rsatish sohasidagi barcha ishlarni uchta asosiy guruhga bo‘lish mumkin:

-sotuvdan oldingi, ya’ni logistik servis tizimini shakllantirish bo‘yicha ishlar;

-tovarlar sotish jarayonida amalga oshiriladigan, logistik xizmatlarni ko‘rsatish bo‘yicha ishlar;

-sotuvdan keyingi logistik servis.

Realizatsiya jarayonidan oldingi logistik servis sohasidagi ishlar, asosan, xizmat ko‘rsatish sohasidagi firma siyosatini belgilash, va xizmatlarni rejalashtirishni o‘z ichiga oladi.

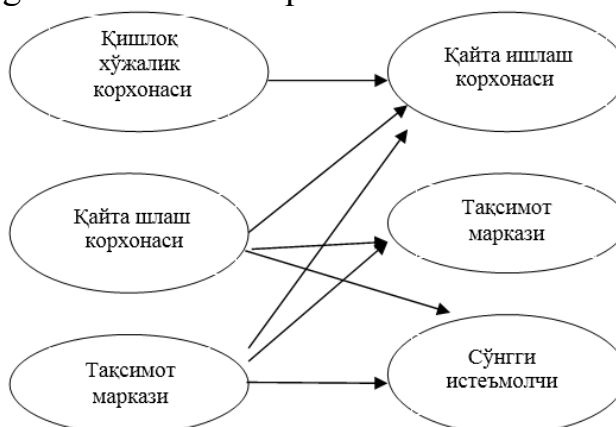
Tovarlarni realizatsiyasi jarayonida turli xil logistik xizmatlar ko‘rsatilishi mumkin:

-omborda tovar zaxiralarining mavjudligi;

-buyurtmani bajarish, shu jumladan assortimentni tanlash, qadoqlash, yuk birliklarini shakllantirish va boshqa operatsiyalar;

-yetkazish ishonchligini ta’minlash;

-yuklar o‘tishi to‘g‘risida axborot taqdim etish.

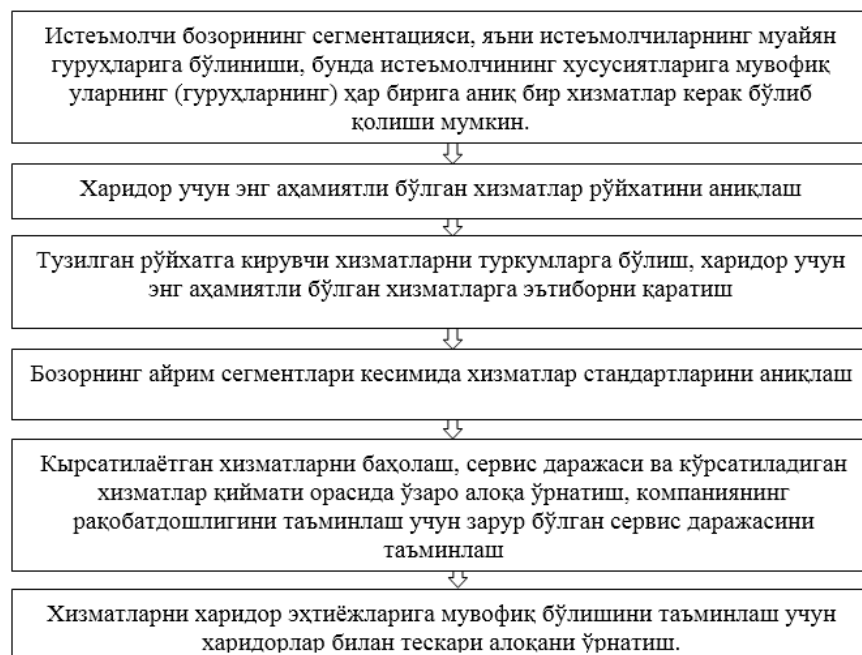


23-Rasm. Iste‘molchi tizimiga moddiy oqimni kelib chushish variantlari

Sotuvdan keyingi xizmatlar – bu kafolat xizmati, xaridorlar e’tirozlarini ko‘rib chiqish bo‘yicha majburiyatlar, almashinish va boshqalardir.

Iste‘molchi yetkazib beruvchi tanlaganda uning logistik servis sohasidagi imkoniyatlarini ham e’tiborga oladi, ya’ni boshqacha qilib aytganda yetkazib beruvchining raqobatdoshligiga u taklif etayotgan xizmatlarning assortimenti va sifati ham ta’sir ko‘rsatadi. Ikkinchi bir tomonidan, xizmatlar safini kengaytirish qo‘shimcha xarajatlarga olib keladi.

Logistik servis tizimini shakllantirishga imkon beruvchi harakatlar ketma-ketligini ko‘rib chiqamiz (24-Rasm).



24-Rasm. Firmada logistik servis tizimini shakllantirish bo'yicha harakatlar ketma-ketligi

Logistik xizmatlar raqobatdoshlikka o'z ta'sirini o'tkazar ekan, har bir xo'jalik, firma yoki korxonada iste'molchilarga logistik xizmat ko'rsatish sohasida aniq belgilangan strategiyaga ega bo'lishi zarur.

Iste'molchi bozorining segmentatsiyasi, jo'g'rofik omil bo'yicha, servis jihatlari bo'yicha yoki boshqa bir omil bo'yicha amalga oshirilishi mumkin. Xaridorlar uchun ahamiyatli xizmatlarni tanlashni, ularning turkumlanishini, xizmatlar standartini aniqlashni, turli xil so'rovlarni o'tkazish yo'li bilan amalga oshirish mumkin. Ko'rsatiladigan xizmatlarni baholash turli xil usullar bilan amalga oshiriladi. Masalan, yetkazishning ishonchlilik darajasini o'z vaqtida yetkazilgan partiyalar ulushi bilan o'lchash mumkin.

Kompaniya resurslari esa xaridor uchun eng ahamiyatli bo'lgan xizmatlarni ko'rsatishga yo'naltiriladi.

Logistik servis sifatini baholash uchun quyidagi mezonlar qo'llaniladi¹⁶:

- yetkazish ishonchliligi;
- buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan to'liq vaqt;

- yetkazish egiluvchanligi;

- yetkazib beruvchi omborida zaxiralar mavjudligi;

- kredit olish imkoniyati, va qator boshqa mezonlar.

Bulardan birinchi uchtasini tavsiflab o'tamiz.

Yetkazish ishonchliligi. Umumiy holda, ishonchlilik deganda, belgilangan cheklanishlarda o'z tavsiflarini saqlagan holda berilgan funksiyalarni bajarish qobiliyatini o'z ichiga olgan, tizimning majmuaviy xususiyati tushuniladi.

Yetkazish ishonchliligi – bu yetkazib beruvchining belgilangan chegaralarda, shartnomada kelishilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish qobiliyatidir. yetkazish

¹⁶ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

ishonchliligi, yetkazish jarayoni tarkibiga kiruvchi ayrim turdagi ishlarni bajarish muddatlariga rioya qilishning ishonchliligi bilan aniqlanadi.

Yetkazish ishonchliligiga ta'sir etuvchi asosiy omillardan bo'lib, shartnomada ko'zda tutilgan majburiyatlar (kafolatlar) mavjudligi xizmat qiladi, yetkazish muddatlarini buzganlik uchun javobgarlik aynan shu majburiyatlarda belgilanadi.

Buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan to'liq vaqt, u o'z ichiga quyidagilarni oladi:

-buyurtmani rasmiylashtirish vaqti;

-ishlab chiqarish vaqti (agarda buyurilgan tovarlarni ishlab chiqarish lozim bo'lsa, bu vaqt yetkazish muddatiga qo'shiladi)

-qadoqlash vaqti;

-yuklash vaqti;

-yetkazish vaqti;

Shartnomada ko'rsatilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish, yuqorida sanab o'tilgan ushbu muddatning tarkibiy qismlariga qanday rioya qilinishiga bog'liq. Masalan, tovarni ishlab chiqarishga rejalashtirilgan muddatlarga yoki ekspeditor ta'kidlagan yetkazish muddatlariga rioya qilinmasligi mumkin.

Yetkazish egiluvchanligi – etkazuvchi tizimni mijozning alohida istaklarini (qoidalarini) e'tiborga olishi qobiliyatini bildiradi. Bunga quyidagilarni kiritadilar:

-buyurtma shaklini o'zgartirish imkoniyati;

-buyurtmani yetkazib berish turini o'zgartirish imkoniyati;

-qadoq turini o'zgartirish imkoniyati;

-yetkazib berishga bo'lgan talabnomani qaytarib olish imkoniyati;

-mijozni uning buyurtmasi holati to'g'risida axborot olishi imkoniyati;

-butlanmagan yetkazishlarda bo'lgan e'tirozlarga munosabat.

Tinglovchilarga mustaqil ishlash uchun topshiriqlar:

Topshiriq №1

Logistik xizmatning tarkibiy tuzilishiga ko'ra umumlashtirilgan sxemasini ko'rsating.

Topshiriq №2

Jadvalni to'ldiring.

Logistik xizmat sohasidagi ishlar va operatsiyalar kategoriyasi	Mos kategoriyalarga ko'ra operatsiyalar va ishlar ro'yxati

Topshirik №3

Ta'minotchini tanlashda iste'molchini rag'batlantirish o'z ichiga qanday omillarni oladi? Ularga qisqacha tavsif bering.

Topshiriq №4

Iste'molchilarga xizmat ko'rsatish darajasi qanday formula bilan aniqlanadi?

n N

1) $\bar{h} = \sum t_i / \sum t_i \times 100$

2) $\bar{h} = m / M \times 100$

$i=1$ $i=1$

- Birinchisiga ko‘ra
- Ikkinchisiga ko‘ra
- Ikkala formula ham ishlatiladi

Topshiriq №5

Logistik xizmat ko‘rsatish sifati yomonlashgani natijasida kelib chiqqan umumiy yo‘qotishlarning taklif qilinayotgan xizmat ko‘rsatishlar hajmiga bog‘liqlik jadvalini tuzing. Mohiyatini tushuntirib bering. Jadvalni tuzish uchun zarur bo‘lgan mma’lumotlarni o‘zingiz tanlang.

Topshiriq №6

Jadvalni to‘ldiring

Iste‘molchilar kutishlariga mos ta‘minot sifatining asosiy talablar	Ko‘rsatilgan ro‘yxatga yana qanday talablarni qo‘shish mumkin?

Topshiriq №7

Jadvalni to‘ldiring

Logistik xizmatlarning asosiy tavsiflari	Ko‘rsatilgan tavsiflarning mohiyati

Topshiriq №8

Jadvalni to‘ldiring

Iste‘molchilarga xizmat ko‘rsatish ost tizimining o‘ziga xos tomonlari	Iste‘molchilarga logistik xizmat ko‘rsatishning formalari	Iste‘molyailarga logistik xizmat ko‘rsatish sxemasi

Topshiriq №9

Sub‘ektiv iqtisodiy samaradorlik nuqtai nazaridan logistik xizmat ko‘rsatishning optimal variantini izlash jarayonida iste‘molchi yetkazib beruvchini tanlashining sodda matrik modelini tuzing.

Nazorat savollari

9. Ishlab chiqarish logistikasini ta‘riflang.
10. Ishlab chiqarish logistikasi tushunchasi, maqsadi va vazifalarini ochib bering.
11. Ishlab chiqarish davrining mohiyati va tuzilmasi.
12. Ishlab chiqarishni boshqarishning an‘anaviy va logistik tartiblarini taqqsolang.
13. Ishlab chiqarish tizimlarining sifat va miqdor egiluvchanligi
14. Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi logistikasida moddiy oqimlarni boshqarishning rag‘batlantiruvchi tizimlari

15. Logistikasida moddiy oqimlar boshqaruvining yetaklovchi tizimlari
16. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida moddiy oqimlarni boshqarish jarayonida logistik yondashuvni qo'llashning samaradorligi.

3-MAVZU. Qishloq xo'jaligi logistikasida zaxiralar. Xarid, taqsimot, ombor xo'jaligi logistikasini tashkil etish

Darsning maqsadi: Xarid logistikasining mohiyati va vazifalari. Qishloq xo'jaligi korxonalarida ta'minot funksiyalarini amalga oshirish. Xarid logistikasida «ishlab chiqarish yoki xarid qilish» masalasi. Taqsimot logistikasi tushunchasi. Taqsimot logistikasining vazifalari. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorlari va qishloq xo'jaligi korxonalarini tovarlar bilan ta'minlovchi infratuzilmalarning rivojlanishi. Xizmat ko'rsatish va tarqatishni taqsimlashni logistik tashkil etish.

Darsning shakli: Amaliy mashg'ulot savollari bo'yicha guruh taqsimoti.

Darsning tuzilishi: - Tashkiliy daqiqa,
- Yangi mavzu bo'yicha guruhda ishlash,
- Guruh taqdimoti,
- Guruh ishining yakuni,
- Darsga yakun yasash va vazifa.

1. Xarid logistikasining mohiyati va vazifalari.

Xarid logistikasi – bu, korxonani moddiy resurslar bilan ta'minlash jarayonida, moddiy oqimlarni boshqarishdir.

Mikrologistik tizimning katta ahamiyatga ega unsurlaridan biri bu xarid tizimchasidir, u moddiy oqimni logistik tizimga kirib borishini tashkil etadi. Bu bosqichda moddiy oqimlarni boshqarish ma'lum o'ziga xos xususiyatlarga ega, aynan shu holat xarid logistikasini ayrim bob sifatida o'rganilishiga sabab bo'ladi.

Moddiy oqimlarni qayta ishlovchi har bir korxonada, jumladan qishloq xo'jalik korxonalarida ham, o'z tarkibida, mehnat buyumlarini (urug'lik, o'g'it, yoqilg'i moylash materiallari va b.) sotib olishni, etkazishni va vaqtinchalik saqlashni amalga oshiruvchi bo'limga egalardir. Bu bo'lim faoliyatini uchta pog'onada ko'rib chiqishimiz mumkin, chunki bu bo'lim bir vaqtning o'zida;

- ❖ korxonada kiruvchi makrologistik tizim maqsadlarini aloqasini va amalga oshirishini ta'minlovchi unsuri;
- ❖ mikrologistik tizim unsuri, ya'ni korxonada maqsadlarini ro'yobga chiqishini ta'minlovchi korxonada bo'limlaridan biri;
- ❖ o'z unsurlari, tuzilmasi va maqsadlariga ega mustaqil tizim ham bo'lishi mumkin.

Har bir belgilangan pog'onada ta'minot bo'limi faoliyatining maqsadlarini ko'rib chiqamiz¹⁷:

2. Makrologistik tizim unsuri sifatida, ta'minot bo'limi mahsulot etkazib beruvchilar bilan, tovarlarni etkazishga doir texnik-texnologik, iqtisodiy va uslubiy (metodologik) muammolar bo'yicha kelishib, xo'jalik aloqalarini o'rnatadi. Ta'minot bo'limi etkazib beruvchining savdo bo'limlari va transport korxonalari bilan aloqada bo'lib, korxonani makrologistik tizimga kirishini ta'minlaydi. Logistika g'oyasi – barcha ishtirokchilar o'zaro kelishgan holda faoliyat ko'rsatishidan qo'shimcha daromad olish uchun, ta'minot bo'limi xodimlari o'z korxonasi maqsadlarini ro'yobga chiqishini ta'minlashda ushbu korxonani alohida ob'ekt tarzida emas, balki butun bir logistik tizimning bo'g'ini sifatida ish ko'rishlari lozim. Ya'ni, ta'minot bo'limi, o'z korxonasiga ishlash bilan birga, butun makrologistik tizim faoliyatining samaradorligi oshishini ham nazarda tutishi lozim. Bunday yondashuvda o'z korxonasiga butun makrologistik tizim unsuri sifatida qaraladi: tizim ahvoli yaxshilansa – uning bo'g'ini bo'lmish korxonaning ahvoli ham yaxshilanadi. Masalan qishloq xo'jaligida ham, agarda har bir pudratchi o'z manfaatini ko'zlash bilan birga boshqa pudratchilarga ziyon etkazmaslik, iloji bo'lsa yordam berishni ham o'ylasa, unda butun xo'jalikning ishi ham a'lo darajada bo'ladi.

Yetkazib beruvchilar bilan logistik integratsiya iqtisodiy, texnik, texnologik va uslubiy xarakterdagi tadbirlar majmui hisobiga erishiladi. Integratsiya, ishonchli hamkorlik munosabatlariga, agarda daromad bo'lmasa ham hamkorga qo'l uzatishga, asoslangan bo'lishi kerak. «Menga baribir...» falsafasini ilgari suruvchilar, hozirgi tadbirkorlar dunyosida o'z o'rnini topa olmaydilar.

Logistikada etkazib beruvchilar bilan munosabatlar quyidagi tamoyillarga asoslangan bo'lishi kerak.

12. Yetkazib beruvchilar bilan xuddi mijozlar bilan bo'lgandek munosabatda bo'lish.

13. Maqsadlar birligini amalda namoyon qilishni unutmaslik.

14. Yetkazib beruvchini o'z maqsadlari bilan tanishtirish va uni ishidan ham xabardor bo'lish.

15. Yetkazib beruvchida muammolar paydo bo'lsa unga yordam berishga tayyor turish.

16. Olgan majburiyatlariga amal qilish.

17. Ish amaliyotida etkazib beruvchi maqsadlarini ham hisobga olish.

Ta'minot bo'limi, yangi mahsulotni ishlab chiqish yo'llarini izlash bosqichidan boshlab, korxonani moddiy resurslar bilan ta'minlash masalasini yechishga kirishadi. Logistik tashkil etilgan tizimlarda esa, bu bosqichda etkazib beruvchi ham ishtirok etishi mumkin.

18. Ta'minot bo'limi, uni tashkil etgan korxonaning unsuri bo'lishi bilan birga, *ta'minot – ishlab chiqarish - sotish* zanjiridagi moddiy oqimni o'tib ketishini ta'minlovchi makrologistik tizimga ham mos tarzda kirib borishi lozim. Ta'minot

¹⁷ Logistics and supply chain management : creating value-adding networks / Martin Christopher. – 4th ed. – Great Britain: Pearson Education Limited, 2011. – 276 p.

bo'limining ishlab chiqarish va sotish bo'limlari bilan, moddiy oqimlarni boshqarish bo'yicha, faoliyatlarini yuqori darajada o'zaro kelishilgan bo'lishini ta'minlash, butun korxonani logistik tashkil etishning vazifasidir. Zamonaviy ishlab chiqarish va moddiy-texnik ta'minot tizimlari, korxonada miqyosidagi ta'minot, ishlab chiqarish va sotish bo'g'inlari rejalarining o'zaro kelishilgan bo'lishi va ularga operativ tarzda o'zgartirishlar kiritilishi imkoniyatini ta'minlaydilar. Bunda real vaqtdagi doimiy o'zgarishlar ham hisobga olinadi.

Ta'minot - ishlab chiqarish - sotish zanjiri zamonaviy marketing konsepsiyasi asosida barpo etilishi lozim, ya'ni birinchi navbatda sotish strategiyasi, keyinchalik undan kelib chiqqan xolda ishlab chiqarishni rivojlantirish strategiyasi va undan keyingina ishlab chiqarishni ta'minlash strategiyasi ishlab chiqilishi lozim. Shuni ham ta'kidlab o'tish kerakki marketing bu masalani faqatgina konseptual nuqtai nazardan belgilaydi. Sotish bozorlarini har tomonlama tekshirishga mo'ljallangan marketing ilmiy qurollari, mos talablarga bog'liq bo'lgan, etkazib beruvchilarni texnik-texnologik kelishishi masalalarini yechishga imkon beradigan uslublarni ishlab chiqmagan. Shuningdek marketing, xom ashyoning birlamchi ishlab chiqaruvchisidan oxirgi iste'molchigacha bo'lgan materiallar harakati jarayonidagi barcha ishtirokchilarning tizimli tashkil etish uslublarini ham taklif etmaydi. Bu nuqtai nazardan logistika ishbilarmonlik faoliyatiga marketing yondashuvini rivojlantiradi, marketing konsepsiyasini amalga oshirish imkonini yaratuvchi usullarni ishlab chiqadi, konsepsiyaning o'zini ham sezilarli darajada kengaytiradi va to'ldiradi.

19. Ta'minot bo'limining samarali faoliyat yuritishi, korxonada miqyosida ham, makrologistika miqyosida ham sanab o'tilgan maqsadlarni ro'yobga chiqarish, bularning barchasi ta'minot bo'limini tizimli tashkil etilishga bog'liqdir.

Xarid logistikasining vazifalari

Qishloq xo'jalik korxonalarini mehnat buyumlari bilan ta'minlash jarayonidagi asosiy savollar an'anaviy va ta'minot logikasi bilan belgilanadi:

- ❖ nima xarid qilish;
- ❖ qancha xarid qilish;
- ❖ kimdan xarid qilish;
- ❖ qaysi shartlarda xarid qilish.

Bu an'anaviy ro'yxatni logistika o'z savollari bilan to'ldiradi:

- ❖ qanday qilib xaridlarni ishlab chiqarish va sotish bilan tizimli bog'lash;
- ❖ qanday qilib korxonada faoliyatini etkazib beruvchilar bilan tizimli bog'lash;

Aynan ushbu savollar xarid logistikasining amaliy sohasidagi vazifalarini va qilinadigan ishlarini belgilaydi.

Xarid logistikasiga doir vazifalar va ishlarni ko'rib chiqamiz.

8. Moddiy resurslarga bo'lgan ehtiyojni aniqlash

Moddiy resurslarga bo'lgan ehtiyojni aniqlash jarayonida qishloq xo'jaligi korxonasi ichidagi, moddiy resurslar iste'molchilarini aniqlash zarur. Keyinchalik moddiy resurslarga bo'lgan ehtiyoj hisoblanadi. Bunda mahsulot etkazishning og'irligi, o'lchami, va boshqa parametrlariga, hamda servisiga talablar o'rganiladi. Bundan keyin nomenklatura va (yoki) nomenklatura guruhlarining har bir pozitsiyasiga reja-grafiklar va maxsus ko'rsatmalar ishlab chiqiladi.

Iste'mol qilinadigan moddiy resurslar uchun «ishlab chiqarish yoki xarid qilish» muammosi ko'rib chiqilishi mumkin.

9. *Xarid bozorini tekshirish.*

Xarid bozorini tekshirish, etkazib beruvchilar bozorining hatti-harakatlari tahlilidan boshlanadi. Bunda, bevosita bozorlar, o'rnini bosadigan bozorlar va yangi bozorlar bo'yicha barcha mumkin bo'lgan etkazib beruvchilarni aniqlash lozim. Keyinchalik, sotib olinayotgan moddiy resurslarning barcha mumkin bo'lgan manbalarini boshlang'ich baholash, hamda muayyan bozorga chiqish bilan bog'liq tavakkalchiliklarni tahlil qilish lozim.

10. *Yetkazib beruvchilarni tanlash.*

-yetkazib beruvchilar to'g'risidagi ma'lumotlarni to'plashni, ularning ma'lumotlari bankini yaratishni, optimal etkazib beruvchini izlashni, tanlangan etkazib beruvchi bilan olib borilgan ish natijalarini baholashni o'z ichiga oladi.

11. *Xaridlarni amalga oshirish.*

Ushbu funksiyani ro'yobga chiqishi muzokaralar olib borishdan boshlanadi va shartnoma imzolanishi bilan yakunlanishi lozim. Shartnoma munosabatlari xo'jalik aloqalarini shakllantiradi, ularning ratsionallashuvi esa logistikaning vazifasidir. Xaridlarni amalga oshirishni, xarid qilish uslubini tanlashni, etkazish va pul to'lash shartlarini ishlab chiqishni, hamda moddiy resurslarni tashishni tashkil etishni o'z ichiga oladi. Bunda etkazishlar grafigi tuziladi, ekspeditsiya ishlari amalga oshiriladi, va, lozim bo'lsa, bojxona ishlari ham tashkil etilishi mumkin. Xaridlar, qabul qilish nazoratini tashkil etish bilan nihoyasiga yetadi.

12. *Yetkazib berishlarning nazorati.*

-yetkazib berishlarning nazoratini eng muhim vazifalaridan biri bu sifat nazoratidir, ya'ni sifatli va brak mahsulotlar sonini hisoblab borish. Shuningdek etkazib berishlar nazoratiga etkazishlar muddatini kuzatish (erta yoki kech etkazishlarni soni), buyurtmani qabul qilinishi muddatlarini, tashish muddatlarini kuzatish, hamda moddiy resurslar zaxiralari holatining nazorati ham, kiradi.

13. *Xaridlar byudjetini tayyorlash.*

Xarid qilish faoliyatining muhim qismi bu iqtisodiy hisob-kitoblardir, chunki har bir ish bo'yicha xarajatlar qancha bo'lishini aniq bilish lozim. Bunda xarajatlarning quyidagi turlari aniqlanadi:

- ❖ moddiy resurslarning asosiy turlari bo'yicha buyurtmalarni bajarish xarajatlari;
- ❖ tashish, ekspeditsiya va sug'urta xarajatlari;
- ❖ yukni qayta ishlash xarajatlari;
- ❖ yetkazib berish shartnomasi shartlari bajarilishini nazoratiga bo'lgan xarajatlar;
- ❖ moddiy resurslarni qabul qilish va tekshirishga bo'lgan xarajatlar;
- ❖ potensial etkazib beruvchilar xaqida ma'lumot izlashga bo'lgan xarajatlar.

Iqtisodiy hisob-kitoblar qilish doirasidagi xarid logistikasi vazifalariga, moddiy resurslar tanqisligi tufayli yuzaga kelgan chegirmalarni ham kiritish lozim.

14. *Xaridlarning ishlab chiqarish, sotish, omborga qo'yish va tashish, hamda etkazib beruvchilar bilan tizimli o'zaro aloqasi.*

Xarid logistikasining ushbu o'ziga xos masalasi, yuqorida qayd etilganidek, xaridlarning ishlab chiqarish va sotish bilan tizimli o'zaro aloqalarini tashkil etish vositasi orqali, hamda rejalashtirish, iqtisodiyot, texnika va texnologiya sohalarida etkazib beruvchilar bilan aloqalar o'rnatish orqali yechiladi.

Logistika konsepsiyasiga muvofiq, korxonani mehnat buyumlari bilan ta'minlash jarayonida moddiy oqimlarni boshqarishga tizimli yondashishni amalga oshirish bo'yicha tadbirlar ham bo'lishi lozim.

Xarid logistikasining oldingi paragrafdagi vazifalarini bajarishning, O'zbekiston sharoitida murakkablashuviga yaqin o'tmishimiz sabab. Ilgari korxonalar oldida bunday vazifalar umuman turmasdi, chunki resurslar qayta taqsimlanardi.

Ta'minotni tashkil etishning ikki variantini ko'rib chiqaylik. Ular, qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlovchi korxonani xom ashyo bilan ta'minlash jarayonida moddiy oqimlarni boshqarishga tizimli yondashish imkoniyatlari borasida bir-biridan prinsipial tarzda farqlanadilar.

10-rasmda, tepada qayd etilgan masalalar har xil funksional bo'limlar o'rtasida taqsimlangan korxonaning tashkiliy tuzilmasi taqdim etilgan.



10-rasm. Ta'minot funksiyasini amalga oshirish bilan bog'liq ishlar va masalalar

Bunda ko'rinib turibdiki, nima sotib olish va qancha sotib olish masalasi ishlab chiqarish bo'yicha masala rahbariyat tomonidan yechiladi¹⁸.

10-rasmda keltirilgan variantda, korxonada ta'minoti bo'yicha barcha funksiyalarni bir qo'lda, masalan moddiy-texnikaviy ta'minot bo'limida, mujassamlanishi ko'zda tutiladi.

Xarid qilingan mehnat buyumlarini omborga qo'yish ishlari ham shu yerda bajariladi.

Ta'minot ishlari ham shu yerda bajariladi, ya'ni shartnomalar tuziladi, ularning bajarilishi nazorat qilinadi, sotib olingan mahsulotlarni etkazish tashkil etiladi. Natijada ta'minot jarayonidagi moddiy oqimlarni boshqarish funksiyasi har xil bo'limlar orasida taqsimlangan va uni samarali amalga oshirilishi qiyinlashgan vaziyatga duch kelamiz.

Bunday tuzilma, mehnat buyumlarini xarid qilish bosqichida moddiy oqimlarni logistik optimallashtirishga keng imkoniyatlar yaratadi.

Xarid logistikasida «ishlab chiqarish yoki xarid qilish» kabi masalaga ikki xil alternativ (muqobil) variantdan birini tanlash kiradi:

-bevosita ishlab chiqaruvchidan tovar resurslarini sotib olib, mustaqil ravishda assortimentni shakllantirish;

-yirik partiyalarni maydalashtirish, keng assortimentni shakllantirish va iste'molchilarga butun holda etkazish bilan shug'ullanadigan vositachilardan tovar resurslarini sotib olish.

Bevosita ishlab chiqaruvchidan ko'ra vositachidan sotib olish qulay bo'lgan hollarning sabablarini ko'rib chiqamiz.

20. Tovar resurslarini vositachidan xarid qilib, korxonada, odatda, keng assortimentni kichik partiyalar bilan olish imkoniyatiga ega bo'ladi. Natijada, zaxiralarga, omborlarga bo'lgan ehtiyoj kamayadi, assortimentni ayrim turlarini ishlab chiqaruvchilar bilan ishlar hajmi ham kamayadi.?

21. Mahsulotning vositachidagi narxi, ishlab chiqaruvchidan past bo'lishi mumkin. Faraz qilaylik, ishlab chiqaruvchi quyidagi narxlarda o'z mahsulotini sotadi:

A) kichik hajmdagi xaridorlar uchun – 10 so'm (bir birlik mahsulotga)

B) yirik hajmdagi xaridorlar uchun – 8 so'm (bir birlik mahsulotga)

Vositachi, yirik partiyani 8 so'mdan sotib oladi, va uni mayda xaridorlarga, ustiga 12% qo'shib, 8so'm 96 tiyindan sotadi. Vositachi bu ishni amalga oshirishi mumkin, chunki u aynan yirik partiyalarni maydalashtirish bilan shug'ullanadi. Ishlab chiqaruvchiga esa bu ish qimmatga tushadi, va u 10 so'mdan sotishga majbur.

22. Mahsulot ishlab chiqaruvchi, vositachidan ko'ra uzoqroqda joylashgan bo'lishi mumkin. Bu degani transport xarajatlari ham qo'shib, narx orasidagi farq yanada oshib ketadi.

¹⁸ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

«Ishlab chiqarish yoki xarid qilish» masalasi yechilgandan, va korxonaga qaysi xom ashyo va qaysi mahsulotlarni xarid qilish zarur ekanligi belgilab olganidan soʻng, etkazib beruvchini tanlash masalasini hal qilishga kirishiladi. Bu ishning asosiy bosqichlarini sanab oʻtamiz va tavsiflaymiz.

4. *Potensial etkazib beruvchilarni izlash.*

Bunda quyidagi uslublar qoʻllanilishi mumkin:

-tender eʼlon qilinishi;

-reklama maʼlumotlarini: firma kataloglarini; ommaviy axborot vositalaridagi eʼlonlarni va boshqalarni, oʻrganib chiqish;

-koʻrgazma va yarmarkalarga tashrif buyurish;

-potensial etkazib beruvchilar bilan aloqada boʻlish.

Sanab oʻtilgan tadbirlar natijasida potensial etkazib beruvchilar roʻyxati shakllanadi, va u doimo yangilanib turiladi.

5. *Potensial etkazib beruvchilarning tahlili.*

Potensial etkazib beruvchilarning tuzilgan roʻyxati, talablarga mos keladigan etkazib beruvchilarni tanlash imkoniyatini beradigan maxsus mezonlar asosida tahlil qilinadi. Bunday mezonlar soni bir necha oʻntagacha boʻlishi mumkin. Ammo koʻpgina hollarda etkazilayotgan mahsulotning narxi va sifati bilan, hamda etkazib beruvchining ishonchliligi (bunda etkazib beruvchining mahsulotni etkazish muddati, assortimenti, butligi, sifati va miqdori boʻyicha olgan majburiyatlarini bajarish tushuniladi) bilan cheklanadilar.

Yetkazib beruvchini tanlashda eʼtibor berilayotgan boshqa mezonlarga quyidagilar kiradi:

-yetkazib beruvchini isteʼmolchidan yiroqda joylashishi;

-joriy va tezkor buyurtmalarni bajarish muddatlari;

-zaxira quvvatlari mavjudligi;

-yetkazib beruvchida sifat boshqaruvini tashkil etilishi;

-yetkazilayotgan uskunalarning butun xizmat muddati davomida ehtiyot qismlarini etkazib berish qobiliyati;

-yetkazib beruvchining moliyaviy ahvoli va boshqalar.

Potensial etkazib beruvchilarni tahlili natijasida aniq etkazib beruvchilar roʻyxati shakllanadi, va ular bilan shartnoma munosabatlarini oʻrnatish boʻyicha ish olib boriladi.

6. *Yetkazib beruvchilar bilan olib borilgan ish natijalarini baholash.*

Imzolangan shartnomalar boʻyicha ish natijalari etkazib beruvchini tanlashga katta taʼsir koʻrsatadi. Buning uchun maxsus baholar shkalasi ishlab chiqiladi, u etkazib beruvchini reytingini hisoblash imkonini beradi.

Reytingni hisoblashdan oldin xarid qilinayotgan mehnat buyumlarini farqlanishini (differensiatsiya) amalga oshirish lozim.

Xarid qilinayotgan tovarlar, xom ashyo va butlovchi mahsulotlar, odatda, ishlab chiqarish nuqtai-nazaridan bir xil qimmatga ega emas. Masalan, urugʻning yoʻqligi qishloq xoʻjaligidagi ishlab chiqarish jarayonini toʻxtatib qolishiga olib keladi (xuddi savdoda ayrim tovarlarning tanqisligi – savdo korxonasi daromadining kamayishiga olib kelgani kabi), xuddi shunday oʻgʻit, yoqilgʻi va ehtiyot qismlarning oʻz vaqtida etkazilmasligi ham yigʻim-terim mavsumini ancha orqaga

surishi yoki yetishtirilayotgan mahsulotni umuman nobud bo'lishiga olib kelishi mumkin. Mehnat buyumlarining ushbu kategoriyasida etkazib beruvchi tanlashning asosiy mezonni etkazishlarning ishonchliligi hisoblanadi.

Yetkazib beruvchining reytingini hisoblashga misol keltiramiz (4.1-jadval). Faraz qilaylik, korxonada A mahsulotni xarid qilishi lozim, va uni tanqisligiga yo'l qo'yib bo'lmaydi. Demak, etkazib beruvchini tanlashda birinchi navbatda etkazishning ishonchliligi mezonni e'tiborga olinadi. Boshqa mezonlarning ahamiyati esa, ta'minot bo'limi xodimlari tomonidan ekspert yo'li bilan aniqlanadi (4-jadval).

4-jadval

Yetkazib beruvchining reytingini hisoblash¹⁹

Etkazib beruvchini tanlashning mezonni	Mezonning ahamiyatli-lik darajasi	Berilgan etkazib beruvchida mezonni baholash (10 ballik shkala bo'yicha)	Mezon bahosini uning ahamiyatlilik darajasiga ko'paytmasi
1. Yetkazib berishning ishonchliligi	0,30	7	2,1
2. Narx	0,25	6	1,5
3. Mahsulot sifati	0,15	8	1,2
4. To'lov shartlari	0,15	4	0,6
5. Rejadan tashqari etkazishlar imkoni	0,10	7	0,7
6. Yetkazib beruvchining moliyaviy ahvoli	0,05	4	0,2
Jami:	1,00		6,3

Agarda xarid qilinayotgan mehnat buyumlari ishlab chiqarish yoki savdo jarayoni nuqtai-nazaridan ahamiyatsiz bo'lsa, u holda etkazib beruvchilarni tanlashda asosiy mezon bo'lib sotib olish va tashish xarajatlarini xizmat qiladi.

Reytingni jami ifodasi, mezon bahosi va ahamiyatlilik darajasini ko'paytmalari summasidan kelib chiqadi. Har bir etkazib beruvchi uchun reyting hisoblanib eng yaxshi etkazib beruvchi aniqlanadi.

Noma'lum etkazib beruvchilar bilan xo'jalik aloqalari o'rnatib, korxonada ma'lum tavakkalchilikga yo'l qo'yadi. Agarda etkazib beruvchi o'z majburiyatlarini bajara olmasa, iste'molchi ishlab chiqarishida uzilishlar yoki moliyaviy yo'qotishlar bo'lishi mumkin. Ko'rilgan zararlarni qoplash esa, odatda, ma'lum qiyinchiliklarga duch keladi.

¹⁹ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

Shunday ekan korxonalar noma'qul bo'lgan etkazib beruvchilarni aniqlashning turli usullarini izlaydilar, masalan chet el firmalari etkazib beruvchilar to'g'risida ma'lumot yig'uvchi maxsus firmalarga murojaat etadilar, ular esa norasmiy manbalardan ham foydalanadilar.

Bu ma'lumotlar etkazib beruvchining moliyaviy ahvoli to'g'risida quyidagi axborotlarni berishlari mumkin:

- yetkazib beruvchi likvidligining qarz majburiyatlariga nisbati to'g'risida;
- sotuvlar hajmini debitor qarzlarga nisbati to'g'risida;
- sof foydaning sotuvlar hajmiga nisbati to'g'risida;
- naqd pul harakati to'g'risida;
- zaxiralar aylanmasi va boshqalar to'g'risida;

O'zbekistondagi korxonalar, hozirgi kunda, etkazib beruvchi tanlashda asosan o'z axborotlaridan foydalanadilar. Ko'p etkazib beruvchilar bilan ish olib boradigan korxonada yaxshi ma'lum bo'lgan, obro' qozongan etkazib beruvchilar ro'yxati mavjud. Bunday etkazib beruvchilar bilan tuziladigan shartnomalar tezda imzolanib ishlay boshlaydi. Agarda notanish etkazib beruvchi bilan shartnoma tuziladigan bo'lsa, u holda shartnoma tasdiqlanishi va to'lov amalga oshirilishi, moliyaviy xavfsizlikni ta'minlovchi chora-tadbirlar bilan, mukammallashadi. +ishloq xo'jaligiga to'xtaladigan bo'lsak hozirgi kunda bu ish umuman yo'lga qo'yilmagan, va barcha xo'jaliklar mavjud etkazib beruvchidan (u odatda bitta) foydalanadilar xolos.

-yetkazib beruvchi tanlash bo'yicha misol keltiraylik.

Tasavvur qilamiz, bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi, ikkita xo'jalik xo'jaligi mavjud (A va V). Ularning mahsulotlarini sifati ham bir xilda. Har ikkala xo'jalik ham yaxshi tanish va ishonchli. A xo'jalikning kamchiligi shuki u iste'molchidan Vga nisbatan 200km yiroqroqda joylashgan (A xo'jalikgacha 500km, V xo'jalikgacha 300km). Ammo, A xo'jalik o'z mahsulotini avtomobillar yordamida ortish-tushirish mumkin bo'lgan qadoqlarda jo'natadi. V xo'jalikning mahsulotini esa qo'lda tushirish lozim. 500 km-ga yukni tashish uchun har kilometriga 50 so'm sarflanadi. 300 km-ga yukni tashish esa qimmatroq bo'lib har kilometriga 70 so'mga teng.

A xo'jalikning mahsulotini tushirish vaqti – 30 daqiqa, V xo'jalikning mahsulotini tushirish vaqti – 10 soat. Har bir ishchining tushirish uchun stavkasi soatiga 600 so'mni tashkil etadi.

Agarda faqat tashish xarajatlarini e'tiborga oladigan bo'lsak V xo'jalikni tanlash lozim. Ammo ortish-tushirish ishlarini ham hisoblab A xo'jalikni tanlash ma'qul ekanligini ko'ramiz. (5-jadval)

5-jadval

Mahsulotni etkazib berish bilan bog'liq xarajatlarni hisoblash

Ko'rsatkich nomi	A xo'jalik	V xo'jalik
Transport xarajatlari	$50\text{so'm/km} * 500\text{km} = 25000\text{ so'm}$	$70\text{so'm/km} * 300\text{km} = 21000\text{ so'm}$

Tushirish xarajatlari	$600\text{so‘m/soat} * 0,5\text{soat} = 300\text{ so‘m}$	$600\text{so‘m/soat} * 10\text{soat} = 6000\text{ so‘m}$
Jami xarajatlar:	25300 so‘m	27000 so‘m

Shunday qilib, barcha shart-sharoitlar bir xil bo‘lganda V xo‘jalikdan ko‘ra A xo‘jalikdan xarid qilish ma‘qul, chunki bu har bir etkazib berishda 1700 so‘m tejash imkonini beradi.

«Aniq muddatga» etkazish tizimi, logistik tizimning biror-bir bo‘g‘inida qandaydir mahsulotga o‘tkir ehtiyoj paydo bo‘lmasa unga hech qanday mahsulot kirib bormasligiga asoslangan. Masalan: o‘g‘itlarni aynan sepiladigan vaqtga etkazish yoki yem-xashakni aynan chorva iste‘mol qiladigan vaqtga etkazish.

Bu tizimning mohiyati shundaki, uning har bir bo‘g‘inidagi talab zanjirning so‘ngi bo‘g‘ini talabi bilan aniqlanadi. Agarda zanjir oxirida talab paydo bo‘lmasa mahsulot ishlab chiqarilmaydi va yig‘ilmaydi. Bunday mahsulot harakati xuddi daryoga o‘xshaydi. Talab daryoning pastki nuqtasidan oqimga qarshi uzatiladi, unga javoban moddiy oqim qaytariladi. Talab kamaysa oqim tezligi pasayadi, va aksincha. (11-rasm)

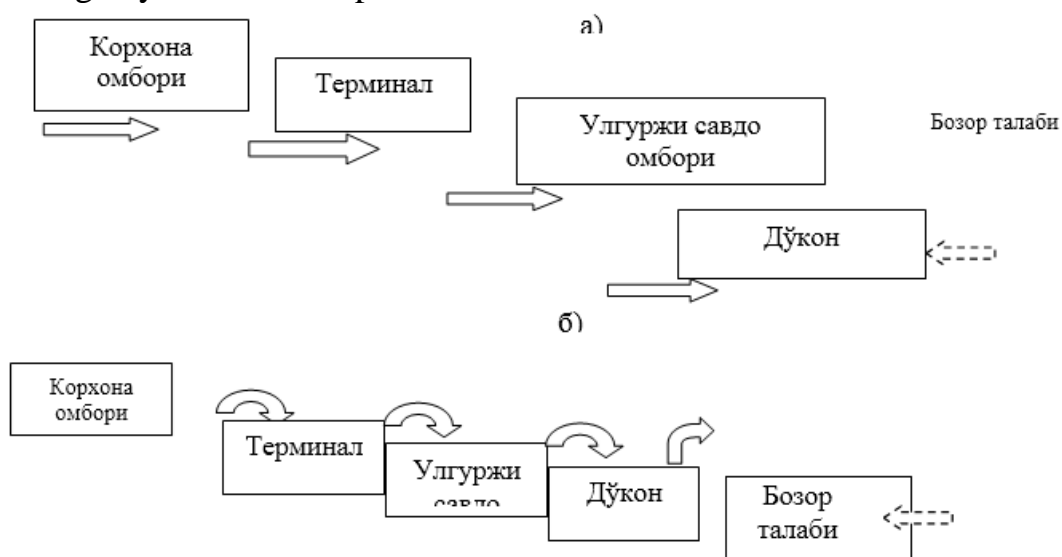
Bu tizimga qarama-qarshi bo‘lib talabni kutgan holda mahsulotlarni omborlarda yig‘ish tizimi chiqadi. (11a-rasm).

Ushbu tizimning odatdagi ta‘minotdan prinsipial farqi 12-rasmda ko‘rsatilgan.

Shunday qilib, «aniq muddatga» etkazish tizimi – bu ehtiyot qismlar yoki tovarlarni, ishlab chiqarish uchun ishlatiladigan joyga yoki savdo korxonasida sotish vaqtiga, talab qilingan miqdorda va kerak bo‘lgan vaqtda, ishlab chiqarish va etkazib berish tizimidir.

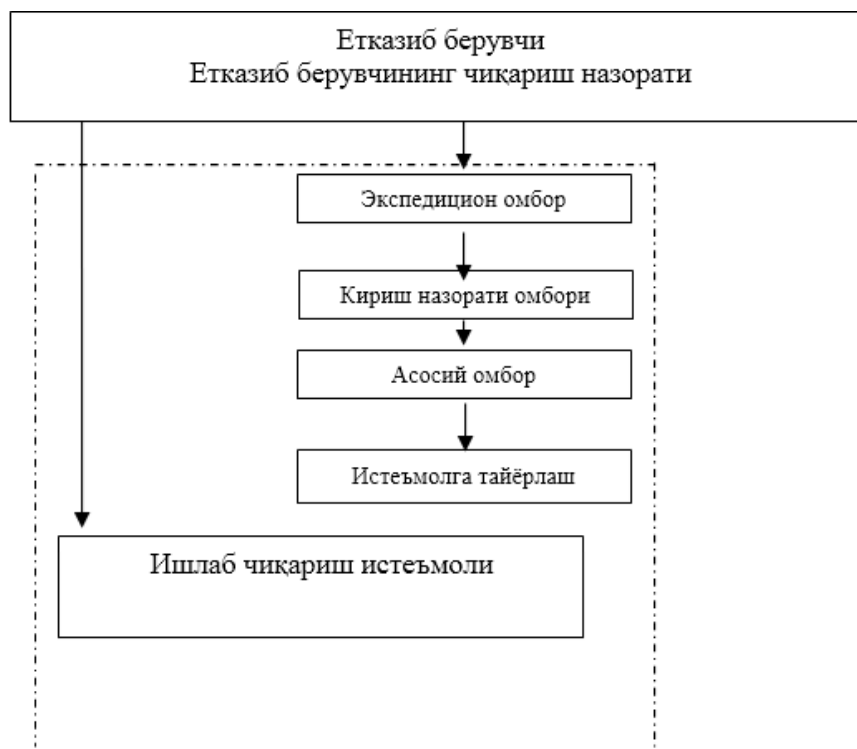
Rasmdan ko‘rinib turibdiki, iste‘molchida sifat nazorati yo‘q. Demak, bu ishni etkazib beruvchi o‘z zimmasiga olishi lozim. Bunday sharoitlarda etkaziladigan partiyada sifatsiz mahsulot bo‘lishi mumkin emas.

Yetkazib beruvchi va xaridor orasidagi, «aniq muddatga» tizimini qo‘llash imkonini beruvchi munosabatlar uzoq muddatli xo‘jalik aloqalari va shartnomalar asosida barpo etiladi. Shundagina barcha masalalar bo‘yicha ikkala tomonni ham qoniqtiradigan yechimlarni topish mumkin.



- а) «аниқ мuddатга» тизими бўйича etkazиб схемаси
 б) моддий ресурслар билан таъминлашнинг оддий схемаси

11-Rasm. Bozor talabini qondirishning ikki varianti



12-Rasm. Oddiy ta'minot bilan «aniq muddatga» tizimi bo'yicha ta'minot sxemalarining taqqoslama tavsifi

«Aniq muddatga» tizimi etkazib beruvchilarni, oddiy ta'minot sharoitidagiga nisbatan, kamroq zaxira bilan ishlashini ko'zda tutadi. Demak, logistik jarayonning barcha ishtirokchilariga qo'yilgan talab yanada kuchayadi, shu jumladan transportchilarga ham. Shuning uchun ham oddiy sharoitda tashuvchi tanlayotganda asosiy e'tibor tashish narxiga qaratilsa, «aniq muddatga» tizimida tashuvchini belgilangan muddatga etkazib bera olish kafolatiga e'tibor beriladi.

«Aniq muddatga» tizimini qo'llash ishlab chiqarish va tovar zaxiralarini keskin kamaytirishga imkon yaratib, ombor quvvatlari va xodimlariga bo'lgan talabni kamaytiradi. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini sotishda bu tizim quyidagi sxemalarning biri bo'yicha amalga oshadi:

- ❖ Chakana savdo korxonasi ombori – do'kon
- ❖ Ulgurji savdo korxonasi ombori – do'kon
- ❖ Xo'jalik xo'jaligi – do'kon

«Aniq muddatga» tizimini qo'llash juda ham mashaqqatli ishdir. Uni qo'llashdan oldin, «aniq muddatga» tizimi uslubi bo'yicha ishlash eng katta samara berishi mumkin bo'lgan ahamiyatli pozitsiyalarni aniqlash maqsadida, etkazib berilayotgan tovar yoki ishlab chiqarish resurslari assortimentini differentsiyalash kerak. Differentsiya quroli sifatida turli tahlil usullarini qo'llash mumkin.

«Aniq muddatga» tizimini qo'llashdan olinadigan asosiy samarani quyidagicha ifodalasak bo'ladi²⁰:

-yetkazib berishlarning texnologik zanjiridagi bir qator operatsiyalar chiqarib tashlanadi;

-joriy zaxiralar kamayadi, chunki mehnat buyumlari to'g'ridan-to'g'ri sexga yoki do'konga borib tushadi;

-yaxshi ma'lum bo'lgan etkazib beruvchilar va tashuvchilar bilan uzoq muddatli munosabatlar o'rnatilishi hisobiga etkazib berishlarning ishonchliligi oshadi, bu esa sug'urta xarajatlari kamayishiga olib keladi;

-yaqin masofada joylashgan yoki omborlari mavjud etkazib beruvchilar bilan ishlash natijasida yo'l xarajatlari ham kamayadi;

-mahsuloti sertifikatlangan etkazib beruvchilar bilan ishlash natijasida, mahsulot sifati ham oshadi;

-«aniq muddatga» tizimini qo'llashdan ikki tomonlama manfaat ko'zlanadi, bu esa etkazishlar ishonchliligining oshishiga olib keladi.

«Aniq muddatga» tizimini qo'llash oldida turgan ayrim muammolarga ham to'xtalib o'tish lozim.

Iste'molchining sifatga bo'lgan talablari, etkazib beruvchi xarajatlarining oshishiga olib kelishi mumkin.

Iste'molchining yiroqligi, kichik partiyalarni tez-tez tashib turilishi etkazib beruvchi uchun foydasiz bo'lishi mumkin.

Yetkazish muddatlari jadvali, «aniq muddatga» tizimida mahsulotlar ularga ehtiyoj paydo bo'lgandagina olib kelinadi, etkazib beruvchi uchun esa yagona bir jadval bo'yicha (belgilangan vaqt va hajmda) etkazish qulayroq.

Yetkazishlar hajmi va davriyligi. Etkazib beruvchi va iste'molchi uchun ushbu ikkita parametr bir-biridan farqli o'lchamlarda foydali bo'lishi mumkin.

Mavzu yakunida «aniq muddatga» tizimini loyihalash va kiritish jarayonida yechilishi lozim bo'lgan ayrim masalalarni sanab o'tamiz.

5. Yetkazib beruvchilar bilan munosabatlar sohasida:

-yaqin joylashgan etkazib beruvchilarni izlash;

-uzoq muddatli xo'jalik aloqalariga o'tish;

-tekshirilgan etkazib beruvchilar bilan shartnoma munosabatlarini uzaytirish (prolongatsiya);

-yetkazib beruvchilarni «aniq muddatga» tizimini qo'llashga qiziqtirish va ularning etkazib beruvchilariga ham bu tizimni yoyish;

-uzoq muddatli rejalashtirish va xaridlar kafolati hisobiga etkazib beruvchilar faoliyatini qo'llab-quvvatlash;

-yiroqdagi etkazib beruvchilarni uyushtirish (to'plash);

-xarid narxlarini har ikkala tomonga ham qulay darajaga olib kelish;

-qog'ozsiz axborot almashinuvini tashkil etish;

-yetkazib beruvchi kuchi va vositalari yordamida markazlashgan etkazishni tashkil etish;

²⁰ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

-moddiy oqimlar bilan ishlashda texnologik kartalardan foydalanish.

6. Yetkazishlar hajmi bo'yicha:

-ishlab chiqarish tezligi bilan kelishilgan xaridlar tezligini quvvatlash (savdo korxonasi uchun sotish tezligi);

-kichik hajmlardagi tez-tez etkazishlarni ta'minlash;

-shartnoma umumiy hajmi o'zgarimasdan, har bir etkazish hajmining o'zgarishi bilan ishlash;

-yetkazib beruvchilar talab qilinayotgan miqdorda mahsulotni qadoqlashga tayyorgarligi uchun ularni mukofotlash.

7. Yetkazilayotgan mahsulot sifati sohasida:

-sifat uchun javobgar bo'lgan ishlab chiqaruvchi va iste'molchi xodimlarining o'zaro aloqada bo'lishi.

8. Ortish sohasida:

-yuklar kelishini aniq jadvalini tuzish va unga rioya qilish;

-doimiy, tekshirilgan tashuvchilardan foydalanish;

-omborga qo'yish va tashishni o'z ichiga oladigan majmuaviy logistik xizmat ko'rsatishga uzoq muddatli shartnomalar tuzish.

Tez amal qilish uslubi «aniq muddatga» tizimining rivojlanishi natijasida paydo bo'lgan. Bu uslub – chakana savdo korxonalariga va taqsimot markazlariga mahsulot etkazib berishlarni rejalashtirish va tartibga solish uslublarini o'z ichiga oladi. Uning asosida esa, savdo korxonasi, uning etkazib beruvchisi va transport o'rtasidagi logistik o'zaro aloqa yotadi. Uslub mazmuni uning nomida aks ettirilgan: bozorda paydo bo'lgan talabga qarab logistik tizimning tez amal qilishi (13-rasm).



13-Rasm. Bozor talabiga qarab amal qiluvchi logistik tizim

Agarda etkazib beruvchi ishlab chiqarish korxonasi bo'lsa, u operativ tarzda o'z ishlab chiqarishini, yangi mahsulot chiqarish maqsadida, qaytadan tashkil etishi lozim. Etkazib beruvchi bozordagi real talab haqidagi axborotni tezda olish imkoniyatiga ega bo'lishi kerak.

Ishlab chiqaruvchi korxonadan savdo korxonasiga biror-bir mahsulot, o'sha mahsulotga real ehtiyoj paydo bo'lishi extimoli yuqori bo'lgandagina etkazib beriladi. Buyurtmani topshirish va mahsulotni etkazish hech qanday tutilishsiz amalga oshishi kerak. Masalan, qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlovchi korxonani oladigan bo'lsak, u o'z ishlab chiqarishini tezda bir mahsulotdan ikkinchi mahsulotga o'tkaza olsa maqsadga muvofiq bo'ladi.

Tez amal qilish uslubi uchta texnologiya va biznesning yangi konsepsiyasini qo'llashga asoslangan:

Birinchi texnologiya: mahsulot shtrix kodlarini avtomatik ravishda aniqlash. Xozirgi vaqtda nima sotilayotgani to'g'risida aniq ma'lumotni tez yig'ishga imkon beradi.

Ikkinchi texnologiya: ma'lumotlarning elektron almashinuvi. Bu nafaqat internet, balki korxonalariga hujjatlangan ma'lumotlar bilan operativ almashish imkonini beruvchi boshqa standartlar majmuasi hamdir.

Uchinchi texnologiya: yuk birliklarini (masalan, tashish konteynerlarini) avtomatik aniqlanishi.

Biznesning yangi konsepsiyasi, bu tovar harakatida ishtirok etuvchi tashkilotlar orasidagi hamkorlik tuyg'usidir. Ishtirokchilarning o'zaro kelishuvi nihoyatda katta rol o'ynaydi. Masalan, 80chi yillarning oxirida A+Shda 90% tovarlarda shtrix kod mavjud edi. Ammo tez amal qilish texnologiyasi bilan atigi bir necha yuzta hamkorlar o'zaro bog'langan edilar xolos. Joriy etishning sekinligiga texnologiya yangiligi emas, balki ishtirokchilar (chakana savdogarlar, distribyutorlar, ishlab chiqaruvchilar) orasidagi bir-biriga bo'lgan ishonchsizlik tuyg'usi sabab. Tarixan shunday bo'lganki har bir tashkilot ko'proq foyda olishni, va bu ishni boshqa tashkilot foydasi hisobiga amalga oshirishni ko'zlaydi. Ushbu raqiblik munosabatlarini yengish, texnik-texnologik masalalarni yechishdan ham murakkabroqdir.

«Taqsimot» so'zi juda keng qo'llaniladi, uning lug'aviy ma'nosi – biror-bir narsani kimlargadir (nimalargadir) bo'lib berish, unda har biriga o'ziga tegishli qismi taqdim etilishi tushuniladi.

Iqtisodiyotdagi taqsimot – bu ishlab chiqarish jarayonining bir bosqichidir, oldin moddiy ne'matlarni ishlab chiqarish, keyin esa taqsimlash, ya'ni yaratilgan mahsulotdagi har bir ishlab chiqaruvchining ulushini aniqlash, lozim. Bunda ushbu ishlab chiqarilgan mahsulotga bo'lgan egalik xuquqi taqsimlanadi. Mahsulotlarning o'zi esa, masalan ombordagi sabzavotlar, ishlab chiqarish jarayoni ishtirokchilari orasida taqsimlanmaydi.

Logistikada taqsimot deganda ushbu jarayonning buyumlashgan, seziladigan bir ma'nosi tushuniladi. Egalik xuquqlari taqsimoti bilan bog'liq qonuniyatlar ham e'tiborga olinadi, ammo ular tekshirish va optimallashtirishning asosiy predmeti hisoblanmaydi. Taqsimot logistikasida o'rganiladigan asosiy predmet – mavjud materiallar zaxirasining jismoniy taqsimot jarayonini ratsionallashtirishdir. Mahsulotni qanday qadoqlash lozim, qaysi yo'nalish bo'yicha jo'natish kerak, omborlar tarmog'i kerakmi (kerak bo'lsa, qanday?), qanday vositachilar kerak – aynan shu masalalarni taqsimot logistikasi yechishi lozim bo'ladi.

Logistika moddiy oqimlarning to'liq boshqaruvini o'rganadi va amalga oshiradi, shuning uchun ham barcha bosqichlarda taqsimot masalalarini yechish, ya'ni nimanidir kimlargadir bo'lib berish zarur bo'ladi:

- ❖ tovarlar xarid qilinganda yetkazib beruvchilar orasida buyurtmalar taqsimlanadi;

- ❖ yuklar korxonaga kelib tushgandan so'ng, ular saqlash joylari bo'yicha taqsimlanadi;

- ❖ ishlab chiqarishning har xil bo'limlari o'rtasida moddiy zaxiralar taqsimlanadi;

❖ savdo jarayonida moddiy oqimlar taqsimlanadi va hokazo.

Taqsimot logistikasi chegaralarini belgilab olish uchun, kapital ishlab chiqarish jarayonining chizmasini ko'rib chiqamiz (14-rasm), ma'lumki u uchta bosqichdan iborat.

Ishlab chiqarish vositalarini xarid qilish bosqichidagi moddiy oqimlar xarid logistikasining o'rganish va boshqarish ob'ekti bo'lsalar, ishlab chiqarish bosqichidagi moddiy oqimlar- ishlab chiqarish logistikasi ob'ekti hisoblanadi. Tayyor mahsulotlarning taqsimoti va realizatsiyasi bosqichidagi moddiy oqimlar esa taqsimot logistikasining ob'ekti bo'ladilar.

D	T	P	T¹	D¹
xarid		ishlab chiqarish	taqsimot	
logistikasi		logistikasi	logistikasi	

14-Rasm. Kapital ishlab chiqarish jarayoni va logistikaning funksional sohalari

Taqsimot logistikasi bu iste'molchining talab va manfaatlariga muvofiq tayyor mahsulotni unqacha yetkazish jarayonidagi tashish, omborga qo'yish va boshqa moddiy va nomoddiy operatsiyalarni rejalashtirish, nazorat qilish va boshqarish to'g'risidagi bilimlar majmuidir. Shu bilan birga ushbu axborotni uzatish, saqlash va qayta ishlash ham taqsimot logistikasi doirasiga kiradi.

Taqsimot logistikasi quyidagi tamoyillarga asoslangan:

-moddiy va axborot oqimlarini boshqarish jarayonini marketing maqsadlari va vazifalariga bo'ysunishi;

-taqsimot jarayonining ishlab chiqarish va xarid jarayonlari bilan tizimli o'zaro aloqasi (moddiy oqimlarni boshqarish nuqtai- nazaridan);

-taqsimot ichidagi barcha funksiyalarning tizimli o'zaro aloqasi.

Taqsimot logistikasining ta'rifi quyidagicha ifodalanadi: taqsimot logistikasi – bu xar xil ulgurji xaridorlar o'rtasidagi, ya'ni ulgurji savdo jarayonida amalga oshiriladigan, o'zaro aloqador funksiyalar majmuasidir.

Chakana savdo jarayoni, odatda, logistikada tadqiqot etilmaydi. Bu jarayon samaradorligi, logistika doirasidan tashqaridagi omillarga bog'liq, masalan iste'molchilar psixologiyasini bilishga, savdo zalini bezash mahoratiga, reklamani tashkil etishga va boshqalarga. Chakana savdo jarayonida moddiy oqimlarning ratsional tashkil etilishi albatta zarur, ammo uning ahamiyati moddiy oqim harakatining oldingi bosqichlaridagiga nisbatan ancha kam.

Shuni ham aytish lozimki yuqorida aytilganlarning barchasi butun chakana savdo jarayoniga emas, (u o'z ichiga ulgurji xarid va chakana savdolarni oladi), balki faqatgina chakana savdoga, ya'ni iste'molchilarga xizmat ko'rsatishga, tegishli.

Taqsimot logistikasining o'rganish ob'ekti – yetkazib beruvchidan iste'molchigacha bo'lgan harakat bosqichidagi moddiy oqimlardir.

Moddiy oqim taqsimoti anchadan buyon faoliyatining ahamiyatli tomoni bo'lib kelmoqda edi, ammo nisbatan yaqindagina u eng muxim funksiyalardan biri mavqeiga ega bo'ldi. Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega davlatlarda 50-60chi

yillargacha taqsimot tizimlari hech qanday boshqaruvsiz rivojlanib keldi. Taqsimot kanallarini tanlash, tovarlarni qadoqlash, ularni tashish va iste'molchiga yetkazishga tayyorlash, ishlab chiqarish va materiallarni xarid qilish masalalari bir-biri bilan o'zaro aloqada yechilar edi. Birgalikda taqsimot funksiyasini tashkil etuvchi ayrim kichikroq funksiyalar, mustaqil funksiyalar sifatida ta'riflanar edi. 60-70chi yillarning boshlaridagina, ishlab chiqilgan mahsulot taqsimotiga doir barcha funksiyalarni yagona boshqarish funksiyasiga birlashtirish samaradorligini oshirishga olib kelishini angladilar. Buning natijasida taqsimot funksiyalari korxonalar va tashkilotlarning funksional boshqaruvi tuzilmasiga kiritildi.

Savdodagi taqsimotning har xil funksiyalari integratsiyasiga, do'konlarni ta'minlovchi maxsus tuzilmalarni bo'linishi va rivojlanishi misol bo'lishi mumkin. Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlarda, 70-chi yillarda, bunday taqsimot tuzilmalarini yirik chakana savdo tashkilotlari barpo etib, ularni rivojlantirishga kirishdilar. Taqsimot markazlarining samaradorligiga tovarlarning yirik partiyalarini olish munosabati bilan beriladigan chegirmalar hisobiga, yetkazib berish samaradorligi hisobiga, hamda bir taqsimot markazida xizmatlardan foydalanuvchi do'konlar zaxirasi to'planishi hisobiga erishiladi.

Taqsimot logistikasi, yetkazib beruvchi – iste'molchi munosabatlarida moddiy oqimni boshqarish bo'yicha barcha vazifalar majmuini o'z ichiga oladi. Bunda tayyor mahsulotni iste'molchigacha harakati jarayonida yechiladigan moddiy oqimlar boshqaruvi vazifalari asosiy o'rinni egallaydi.

Taqsimot logistikasi vazifalarini yechish jarayonida quyidagi savollarga javob topish lozim:

-qaysi kanal bo'yicha mahsulotni iste'molchiga yetkazish;

-mahsulotni qanday qadoqlash;

-logistikaga omborlar tarmog'i kerakmi, agarda kerak bo'lsa, qanday, qancha va qaerda;

-xizmat ko'rsatishning qaysi darajasini ta'minlash, va boshqa qator masalalar.

Mikro va makro darajadagi logistik taqsimot vazifalari tarkibi har xil. Korxonalar darajasida, ya'ni mikro darajada logistika quyidagi vazifalarni o'z oldiga qo'yadi²¹:

-realizatsiya jarayonini rejalashtirish;

-buyurtma qabul qilishni va qayta ishlashni tashkil etish;

-qadoq turini tanlash, butlash haqida qaror qabul qilish, va yuklashdan oldingi boshqa operatsiyalar bajarilishini ta'minlash;

-mahsulot yuklashni tashkil etish;

-yetkazib berishni tashkil etish va tashishni nazorat qilish;

-realizatsiyadan keyingi xizmat ko'rsatishni tashkil etish.

Makro darajadagi logistika vazifalari quyidagilar:

-moddiy oqimni taqsimlash chizmasini tanlash;

-xizmat ko'rsatiladigan hududdagi taqsimot markazlarning (omborlarning) optimal miqdorini aniqlash;

-xizmat ko'rsatiladigan hududda taqsimot markazi (ombor) joylashuvining

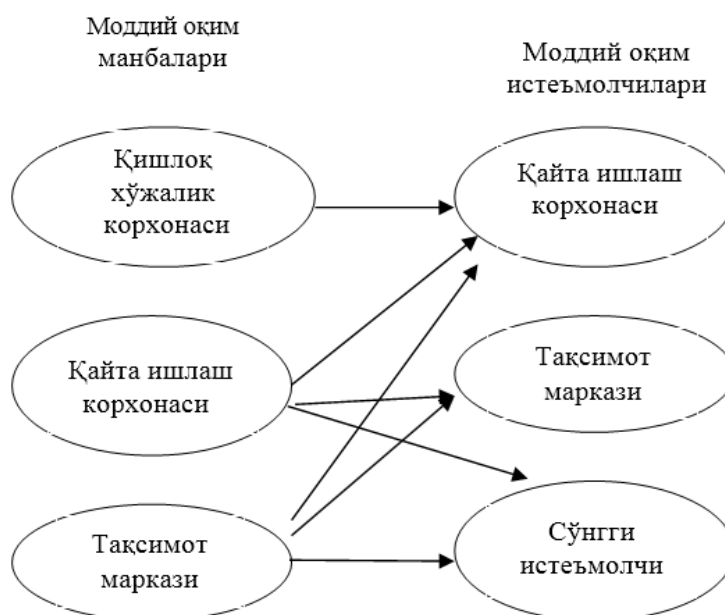
²¹ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

optimal joyini aniqlash, hamda moddiy oqimni tuman, viloyat, mamlakat hududidan o'tish jarayonining boshqaruvi bilan bog'liq boshqa qator vazifalar.

Moddiy oqim xom - ashyo manбайдan, yoki ishlab chiqarishdan, yoki taqsimot markazidan chiqib, ishlab chiqarishga, taqsimot markaziga yoki oxirigi iste'molchiga borib tushadi (15-rasm).

Barcha xollarda moddiy oqim iste'molga borib tushadi, u esa ishlab chiqarish yoki ishlab chiqarish bo'lmasligi mumkin.

Ishlab chiqarish iste'moli – bu jamiyat mahsulotini ishlab chiqarish ehtiyojlarida, mehnat vositasi yoki predmeti (buyumi) sifatida joriy ishlatilishidir. Noishlab chiqarish iste'moli – bu jamiyat mahsulotini noishlab chiqarish sohasining korxonaga va muassasalaridagi shaxsiy yoki aholi iste'moliga joriy ishlatilishidir.



15-Rasm. Moddiy oqimni iste'mol tizimiga tushish variantlari

Moddiy oqimning logistika chegaralarida harakatlanishining barcha bosqichlarida uni ishlab chiqarish iste'moli sodir bo'ladi. Logistik zanjirni yakunlovchi so'nggi bosqichdagina, moddiy oqim noishlab chiqarish iste'moli sohasiga tushadi.

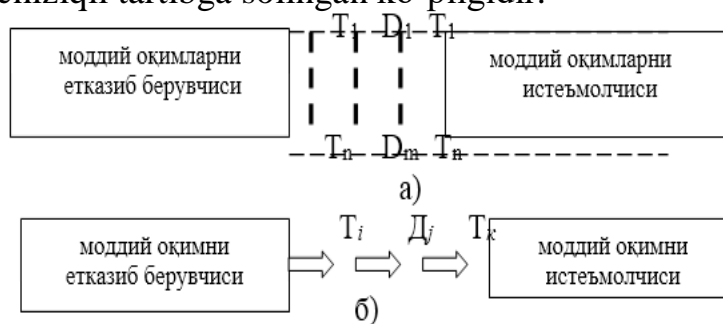
Logistik zanjir ishlab chiqarish iste'moli bilan yakunlanishi xam mumkin. Masalan: mehnat qurollari oqimi, zavodda ishlab chiqarilgan traktorlar keyinchalik yana ishlab chiqarishda «iste'mol» qilinadi. Shuningdek, ishlab chiqarish iste'moliga, moddiy oqimlarning taqsimot markazidagi shakllanishi jarayoni ham kiradi. Bu yerda saralash, qadoqlab yuk partiyalarini shakllantirish, saqlash, butlash kabi operatsiyalar amalga oshiriladi. Bu operatsiyalar majmui aylanish sohasidagi ishlab chiqarish jarayonini tashkil etadi.

Harakatlanishning barcha bosqichlarida, moddiy oqim logistik jarayon ishtirokchilarining mehnat predmeti sifatida xizmat qiladi. Ishlab chiqarish texnik maqsadlarda ishlatiladigan mahsulot harakati bosqichida bu qayta ishlanmagan xom-ashyo materiallari, yarim tayyor mahsulotlar, butlovchi qismlar va boshqalar bo'lishi mumkin. Tovar harakati bosqichida moddiy oqim tayyor istemol mollari

harakatidan iborat bo‘ladi.

Umumiy holda, moddiy oqimlarning yetkazib beruvchisi va iste‘molchisi ikkita mikrologistik tizim sifatida nomoyon bo‘ladi, ular logistik kanal, yoki boshqacha qilib aytganda taqsimot kanali bilan o‘zaro bog‘langanlar. **Logistik kanal** –bu moddiy oqimni muayyan ishlab chiqarishdan uning iste‘molchisigacha yetkazishni amalga oshiruvchi, qisman tartibga solingan har xil vositalar ko‘pligidir.

Moddiy oqimni yetkazib beruvchidan iste‘molchigacha bo‘lgan harakati jarayonining muayyan ishtirokchilari tanlanmaguncha bu ko‘plik qisman tartibga solingan bo‘lib qolaveradi. Bundan keyin esa logistik kanal logistik zanjirga aylanadi (16-rasm). Masalan mahsulotni vositachi firma orqali realizatsiya qilish xaqida qaror qabul qilinganligi, bu iste‘molchi bilan bevosita ishlashni rad etib, taqsimot kanalini tanlashdir. Muayyan vositachi firmasini, muayyan tashuvchini, muayyan sug‘urta korxonasini tanlash esa – bu logistik zanjirni tanlashdir. **Logistik zanjir** – bu tashqi moddiy oqimni bir logistik tizimdan ikkinchisigacha yetkazish bo‘yicha logistik operatsiyalarni amalga oshiruvchi, logistik jarayon ishtirokchilarining chiziqli tartibga solingan ko‘pligidir.



shartli belgilashlar:

$T_1...T_n$ – tovarlarni yetkazish bo‘yicha xizmatlar majmuini ko‘rsatuvchi, transport-yekspeditsion firmalar ko‘pligi;

$D_1...D_n$ -distribyuterlar ko‘pligi;

16-Rasm. Logistik kanalning logistik zanjirga o‘tishi

Iste‘mol mollari taqsimot kanallarining ayrim variantlari 8.4-rasmda keltirilgan.

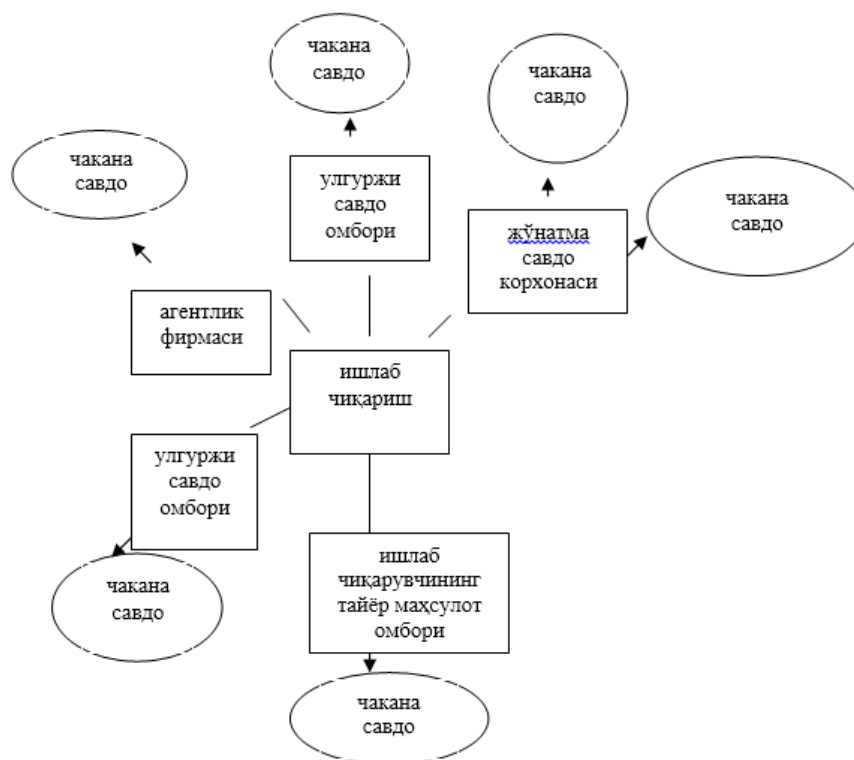
Makrologistika darajasida, logistik kanallar va logistik zanjirlar bu makrologistik tizimlar orasidagi aloqalardir. Makrologistik tizimning turiga bog‘liq holda taqsimot kanallari har xil ko‘rinishga egadirlar. To‘g‘ri aloqalarga ega bo‘lgan logistik tizimlarda taqsimot kanallari hech qanday ulgurji – vositachi firmalarga ega emas. Egiluvchan tizimlarda esa bunday vositachilar mavjud.

Taqsimot kanalini tanlashda, tovar harakati shaklini – tranzit yoki ombor – tanlash amalga oshiriladi. Logistik zanjir tanlanganda – muayyan distribyutor, tashuvchi, sug‘urtalovchi, ekspeditor, bankir va hokazolar tanlovi amalga oshiriladi. Bunda turli xil ekspert baholari uslubiyotlari, operatsiyalarni tekshirish uslubiyotlari va boshqalar ishlatilishi mumkin.

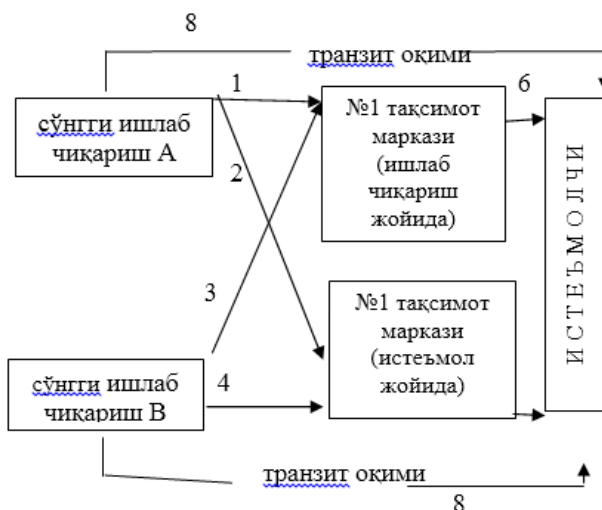
Logistik kanalni tanlash imkoniyati, logistik jarayonlar samaradorligi oshishini muhim rezervi (zaxirasi) hisoblanadi.

Taqsimot kanallarini ko‘rib chiqamiz, ular bo‘yicha tovarlar so‘nggi ishlab

chiqarishdan taqsimot markazlari orqali oxirgi iste'molchiga borib tushadilar (17-rasm).



17-Rasm. Iste'mol mollari taqsimoti kanallarining turli xil variantlari



18-Rasm. Iste'mol mollarini taqsimot kanallarining tuzilmaviy chizmasi

Ikkinchi yo'nalish 1-6 aynan shu sabablarga ko'ra noqulay. №1 taqsimot markazi ishlab chiqarish to'plangan joyda joylashgan, va, odatda, bir xil tovarning katta hajmlarini olib-sotadi. Vositachilarning bu turi ham keng assortimentni shakllantirmaydi. Keng assortimentni, iste'mol to'plangan joyda joylashgan, ulgurji savdo bilan shug'ullanuvchi №2 taqsimot markazi shakllantiradi. Bu vositachi, iste'molchiga maksimal xizmat ko'rsatishga ixtisoslashgan. Shunday qilib, 1-7-5 kanali iste'molchiga eng yaxshi xizmat ko'rsatilishini ta'minlaydi, lekin o'z ichiga ikkita vositachini ham oladi, ya'ni tovar narxi ham eng yuqori bo'ladi.

Tinglovchilarga mustaqil ishlash uchun topshiriqlar:

Misol 1. Hududiy uzoqda joylashgan yetkazib beruvchini, to'liq qiymat asosida tanlash.

Mashg'ulotning maqsadi: Xarid logistikasi masalalarini yechishda, to'liq qiymat tahlilini qo'llashning amaliy ko'nikmalarini hosil qilish.

Toshkentda joylashgan qishloq xo'jalik mahsulotlarining keng assortimenti bilan ulgurji savdo qiluvchi «M» firmaning asosiy yetkazib beruvchilari poytaxt atrofidagi hududlarda joylashgan. Ammo korxonada assortimentning ko'pchilik tovarlari O'zbekistonning boshqa hududlarida, Masalan N tumanida joylashgan bo'lishi yoki chet elda xarid qilinishi mumkin. Tabiiyki bunday xaridlar qo'shimcha transport va boshqa xarajatlar bilan bog'liq va narxlar o'rtasidagi zaruriy farq mavjud bo'lgandagina o'zini oqlaydi.

Shuni ham aytib o'tish kerakki, transport tarifi-bu qo'shimcha xarajatlarning ko'zga tashlanadigan qismi xolos. Bundan tashqari hududiy uzoqda joylashgan yetkazib beruvchidan xarid qilish, iste'molchini moliyaviy zaxiralarni jalb qilishga (yo'lga zaxira, sug'urta zaxiralari), ekspeditor xizmatlarni to'lashga va balki bojxona va boshqa to'lovlarga majbur etadi. To'liq qiymatning logistik konsepsiyasi, hududiy uzoqdagi yetkazib beruvchidan xarid qilishda faqat transport xarajatlarini hisobga olish, bunday xaridni iqtisodiy maqsadga muvofiqligi to'g'risida to'liq ma'lumot bera olmasligini, bildiradi. Xaridni boshqa hududga o'tkazish bo'yicha barcha xarajatlar yig'indisi oldingi narxdan kam bo'lgan taqdirdagina, qaror qabul qilish mumkin.

Mavzuga nazariy izohlar.

Hududiy uzoqda joylashgan yetkazib beruvchidan xarid qilishning maqsadga muvofiqligini baholash, yetkazib beruvchi tanlashning egri chizig'ini qurish va undan foydalanishga asoslagan. Oldin shunday yuk birligini tanlash lozimki ko'rilayotgan masaladagi barcha tovarlar uchun uni tashishning tarif qiymati bir xil bo'lsin. Bunday yuk birligi sifatida 1 m^3 ni olamiz.

yetkazib beruvchini tanlash egri chizigi funksional bog'liqlik grafigi ko'rinishida tasvirlangan bo'ladi. Bu yerda, argument-«N» tumanida 1 m^3 yukni xarid qiymati, fuksiya 1 m^3 yuki «N» tumanidan Toshkentgacha olib kelish harajatlarning ushbu yuk 1 m^3 ni N tumanidagi xarid bahosiga nisbati (foizda).

Yuk xarid qiymatlarining bir necha ma'nolari uchun qurilgan egri chiziqqa, hamda Toshkent va N tumanidagi xo'jalik assortimenti mahsulotlariga bo'lgan, narxlarning taqqoslama spesifikatsiyasiga ega bo'lgan holda qaysi tovarni N tumanida qaysinisini esa Toshkentda sotib olish lozimligi to'g'risida tezda qaror qabul qilinishi mumkin.

N tumanida xarid qilinishi mumkin bulgan, M firma assortimentidagi tovarlar, 3-jadvalning 1-ustunida sanab o'tilgan.

Topshiriq

To'liq qiymat tahlili asosida yoki mahsulot turini N tumanida sotib olish maqsadga muvofiqligi tug'risida qaror qabul qilish.

Hududiy uzoqda joylashgan yetkazib beruvchidan tovarlar xarid qilish to'g'risida qaror qabul qilinishi, quydagi 4-masala yechimi kurinishida taqdim etish tavsiya etiladi

1. N tumanidan Toshkentgacha qiymati xar xil bo'lgan yuklarni 1m³ ni tashish bilan bog'lik qo'shimcha xarajatlarni hisoblash.

2. Hisoblangan xarajatlarni ushbu yuk qiymatidagi ulushini aniqlash.

3. Qo'shimcha xarajatlarni 1m³ yuk qiymatidagi ulushini qiymatga bog'liqligi grafikini chizish.

4. Grafikdan foydalangan holda, M firmasi assortimentidagi u yoki bu tovarlarni N tumanida xarid qilish maqsadga muvofiqligini aniqlash.

Uslubiy ko'rsatmalar

1. 1m³ yukni N tumanidan Toshkentgacha tashish bilan bog'liq qo'shimcha xarajatlarni hisobini, xarid qiymati buyicha assortimentning shartli pozitsiyalari uchun, 1 jadval bo'yicha bajarish. Bunda quyidagi shartlarni etiborga olish lozim:

- N tumanidan Toshkentgacha yetkazishning tarif qiymati barcha tovarlar uchun bir xil va 1m³ yuk uchun 3000 so'mni tashkil etadi;

- N tumanidan tovarlarni yetkazish muddati 10 kunga teng;

- N tumanidan yetkaziladigan tovarlar uchun firma besh kun muddatga sug'urta zaxiralarini yaratishi zarur;

- Sug'urta zaxirasi va yo'ldagi zaxira xarajatlari bank krediti foiz stavkalari asosida hisoblanadi- yiliga 36% (ya'ni, oyiga 3%, yeki kuniga 0,1%);

- Tashuvchi tomonidan amalga oshiriladigan, ekspeditsiya xarajatlari yuk qiymatining 2%ni tashkil etadi;

- M firmasiga toshkentdan yetkazilgan yuklar mexanizatsiya vositalari yordamida tushiriladi. N tumanidan kelgan yuklarni esa qo'l mehnati yordamida tushirilishi lozim. Tushirish qiymatidagi farq o'rtacha 200 so'm m³ km tashkil etadi;

1-jadval

1m ³ yuk ning xarid bahosi, so'm	N- tumanidan 1m ³ yukni yetkazishga (tashishga) bo'lgan qo'shimcha xarajatlar						1m ³ yuk qiymati-dagi qo'shimcha xarajatlar ulushi, %
	Transport tarifi, so'm/m ³	Sug'urta zaxirasiga bo'lgan xarajatlar, so'm	Yo'ldagi zaxiraga bo'lgan xarajatlar, so'm	Ekspeditor xarajatlari, so'm	Yukni qo'lda tushirishga xarajatlar, so'm. m ³	Jami	
1	2	3	4	5	6		8
50	3				200		
00	000						
10	3				200		
000	000						
20	3				200		
000	000						
30	3				200		
000	000						

40 000	3 000				200		
50 000	3 000				200		
70 000	3 000				200		
10 0000	3 000				200		

- 1m^3 yukni tashish bilan bog'liq bo'lgan qo'shimcha xarajatlarni ushbu yuk qiymatidagi ulushini hisoblash uchun qo'shimcha xarajatlar yig'indisini (7 ustun) 1m^3 yukni xarid qiymati (1 ustun)ga bo'lib, natijani 100ga kupaytiriladi. Hisob natijalari 8 ustunga bo'linadi.

1. Qo'shimcha xarajatlarni 1m^3 yuk qiymatidagi ulushini umumiy xarid qiymatiga bog'liqligi grafigi to'g'ri burchakli koordinatlar tizimida yasaladi. OX o'qi bo'yicha- 1m^3 yukning xarid qiymatlari (1 ustun), OU o'qi bo'yicha- 1m^3 yuk qiymatidagi qo'shimcha xarajatlar ulushi (8 ustun) joylashadi.

2. M firmasi assortimentidagi u yoki bu tovarlarni N tumanidan xarid qilishning maqsadga muvofiqligi qurilgan grafik yordamida, quyidagi ketma-ketlikda aniqlanadi:

3. Xududiy uzoqda joylashgan va Toshkentdagi yetkazib beruvchilar narxi o'rtasidagi farqni foizlarda hisoblash, N shaxridagi bahoni 100% deb qabul qilgan xolda, natijalarni 1-jadvalning 5 ustuniga kiritish.

4. 2 ustun 1-jadvalning qiymatiga muvofiq nuqtani abssisslar (OX) o'qida topib perpendikulyar o'tkazish; 5 ustun qiymatiga muvofiq nuqtani ordinatalar (OU) o'qida topib perpendikulyar o'tkazish.

Agarda perpendikulyarlarning kesishish nuqtasi, yetkazib beruvchi tanlash egri chizig'idan pastda bo'lsa N tumanidagi xarid maqsadga muvofiq emas va aksincha.

Tahlil natijalari 1-jadvalning 6 ustuniga kiritiladi.

2-jadval

M firmasi assortiment-dagi tovarlar	1m^3 yukning N tumanidagi narxi, so'm	Bir birlik narxi so'm		Narxda gi farq % (N shahridagi narx 100% deb olinadi)	N tumanida xarid qilish maqsadga muvofiqligi to'grisida xulosa (ha, yo'k)
		N tumanida	Toshkentda		
1	2	3	4	5	6
Go'sht konservalari	11000	12,0	14,4		
Sabzavot konservalari	10000	10,0	14,5		
Meva konservalari	15000	15,0	18,0		

ar	Qandolatlar	88000	100,0	115,0		
	Asal	37000	50,0	65,0		
	Choy	110000	120,0	138,0		
	Dukaklilar	23000	20,0	22,0		
ar	Makaronlar	17000	20,0	26,0		
	Uzum	70000	70,0	80,5		
	Konyak	120000	100,0	105,0		
	Pivo	25000	30,0	33,0		
	Alkogolsiz ichimliklar	20000	24,0	30,0		

Misol 2. Xarid faoliyati sohasidagi nazorat va buyurtmalarini joylashtirish bo'yicha qaror qabul qilish.

Mashg'ulot maqsadi: Qishloq xo'jalik mahsulotlarini yetkazish jarayonini nazorat qilish uslublari va shartnomani uzaytirish to'g'risida qaror qabul qilish uchun nazorat natijalaridan foydalanish uslublari bilan tanishish.

Yetkazib beruvchini tanlash-firmaning asosiy vazifalaridan biridir. Yetkazib beruvchini tanlashda imzolangan shartnomalar bo'yicha ish natijalari katta ta'sir ko'rsatadi, va ularni bajarishi asosida yetkazib beruvchining reytingi hisoblanadi. Demak, yetkazish shartnomalari bajarilishining nazorat tizimi, bunday hisoblashlar uchun zarur bo'lgan axborotni yig'ishga imkon berishi kerak. Reyting hisoblaridan oldin, u yoki bu yetkazib beruvchini afzalligi to'g'risidagi qaror qaysi mezonlar asosida qabul qilinishini aniqlash lozim. Odatda, bunday mezonlar sifatida yetkazilayotgan mahsulotlarning narxi, sifati va yetkazish ishonchligi qo'laniladi. Ammo bu ro'yxat davom ettirilishi mumkin, xususan bizning hisoblashlarda 6ta mezon ishlatiladi.

Yetkazib beruvchini tanlash masalasini yechilishining keyingi bosqichi bu belgilangan mezonlar bo'yicha yetkazib beruvchilarni baholashdir.

Bunda u yoki bu mezoning ularning yig'indisidagi ulushi ekspert usuli bilan aniqlanadi.

Shartli yetkazib beruvchilar reytingini hisoblashni misol qilib keltiramiz 3-jadval.

3-jadval

Yetkazib beruvchi reytingini hisoblashga misol

Etkazib beruvchini tanlash mezoni	Mezon ulushining qiymati	10 ballik shkala bo'yicha mezon bahosi			Mezon ulushining bahoga ko'paytmasi		
		N ₁	N ₂	N ₃	N ₁	N ₂	N ₃
Etkazish ishonchliligi	0,30	7	5	9			
Narx	0,25	6	2	3			

Sifat	0,15	8	6	8			
To'lov shartlari	0,15	4	7	2			
Rejadan tashqari yetkazib berishlar imkoniyati	0,10	7	7	2			
Etkazib beruvchining moliyaviy ahvoli	0,05	4	3	7			
Jami	1,00						

Faraz qilaylik biror-bir vaqt ichida, firma-do'kon uchta yetkazib beruvchidan bir xil mahsulot tovar olgan. Shuningdek, faraz qilaylik, keyinchalik bitta yetkazib beruvchi xizmatlaridan foydalanish to'g'risida qaror qabul qilingan. Ularning qaysi biri firma-do'kon uchun afzalroq? Bu savolga quydagicha javob olishimiz mumkin.

Oldin har bir yetkazib beruvchini har bir tanlangan mezon bo'yicha baholash lozim, keyinchalik mezon ulushi qiymati (mezonlar yig'indisidagi) bahoga ko'paytiriladi. Mezon ulushini qiymati va baho, bu holda, ekspert yo'li bilan aniqlanadilar.

Reyting, mezon ulushining bahoga ko'paytmalari yig'indisi bilan aniqlanadi. Turli yetkazib beruvchilarning reytingini hisoblab va natijalarni taqqoslagan holda, eng yaxshi hamkor aniqlanadi. 6-jadvaldagi hisoblashlar natijasida №1 yetkazib beruvchi aynan shunday, hamkoridir, va u bilan shartnomani uzaytirish lozim.

Muhokama uchun savollari

1. Ishlab chiqarish-sotish faoliyati bilan shug'ullanadigan firma yetkazib beruvchilar va produsentlar bozori bilan qanday o'zaro harakat qiladi?
2. Yetkazib berishlarning to'g'ri aloqalar bo'yicha ustuvorligi va kamchiliklari.
3. Tovarlarni vositachilardan foydalangan holda yetkazib berishlar ustuvorligi va kamchiliklari.
4. Yetkazib berishlarni tashkil etishda birjaning roli qanday?
5. Xarid qiluvchi bozorlar turlari.
6. Xomashyo, materiallar va butlovchi buyumlarni yetkazib berish uchun hisob-kitoblar shakli va uslublari.
7. Tovarlarni yetkazib berish qanday xujjatlar bilan belgilanadi?
8. Oferta nima? Uning turlari.
9. Yetkazib beruvchini tanlashning an'anaviy shakli nimaga birlashtiriladi?
10. Taqsimlash logistikasi tushunchasi.
11. Taqsimlash logistikasi vazifalari.
12. Logistik kanallar va logistik zanjirlar.
13. Taqsimlash kanallari qanday guruhlariga bo'linadi?
14. Taqsimlash kanallarida vositachilari turlari va ularning tasnif belgilari.
15. Taqsimlash logistikasida foydalaniladigan axborot tasnifi.
16. Logistika va marketingning o'zaro bog'liqligi.
17. Logistikada marketing qanday vazifalarni bajaradi?
18. Logistikada taqsimlash kanalarining qanday turlari mavjud?

QISHLOQ XO'JALIGI LOGISTIKASIDA ZAHIRALAR

Darsning maqsadi: Moddiy zaxira tushunchasi. Zaxiralar hosil qilishning mohiyati. Zaxiralarning asosiy turlari. Zaxira o'lchamlarini aniqlash.

Logistik xizmat ko'rsatish tushunchasi. Xizmat ko'rsatish tizimini shakllantirish. Xizmat turlari, infratuzilmalar.

Xizmat ko'rsatish sifatining mezonlari. Qishloq xo'jalik ishlab chiqarishi bilan xizmat ko'rsatuvchi infratuzilmalar faoliyatini muvofiqlashtirish tamoyillari.

Darsning tuzilishi: Tashkiliy daqiqa, guruhlarga bo'lish. muhokama taqdimoti, dars yakuni.

1. Moddiy zaxira tushunchasi.

Moddiy zaxira tushunchasi logistikaning asosiy tushunchalaridan biridir. Tabiatdan olingan xom-ashyo, oxirgi iste'molchiga tayyor mahsulot ko'rinishida yetib borgunga qadar, harakatlanadi, boshqa materiallar bilan birikadi va ishlab chiqarishda qayta ishlanadi. Moddiy zanjir bo'ylab harakatlanayotgan xom-ashyo (keyinchalik esa yarim tayyor va tayyor mahsulotlar ham) u yoki bu ishlab chiqarish yoki logistik operatsiyaga kirish navbatini kutib to'xtalib turadi.

Moddiy zaxiralar – bu ishlab chiqarish va muomalaning turli bosqichlarida turgan, shaxsiy yoki ishlab chiqarish iste'moli jarayoniga kirishishni kutayotgan, ishlab chiqarish – texnik maqsadda, aholi iste'molida va boshqalarda ishlatiladigan tovarlardir.

Agarda, birlamchi xom-ashyoni aholi iste'moli mollariga aylanishini va uni harakatlanishini ta'minlovchi ishtirokchilarning butun zanjiri yagona mexanik konveer kabi ishlaganda, kutish vaqtini deyarli nolga tushirish mumkin bo'lar edi. Ammo hayotda bunday kutishlarsiz bo'lmaydi.

Zaxiralarni yaratish doimo xarajatlar bilan bog'liq. Zaxiralarni yaratish va saqlash bilan bog'liq bo'lgan, xarajatlarning asosiy turlarini sanab o'tamiz:

- «muzlatib qo'yilgan» moliyaviy mablag'lar;
- maxsus jihozlangan xonalarga bo'lgan xarajatlar;
- maxsus xodimlarning ish xaqi;
- nosozliklar, o'g'irliklarning doimiy xavfi;

Zaxiralar mavjudligi – bu xarajatlardir. Ammo zaxiralar yo'qligi – bu ham xarajat, faqatgina ular turli xildagi yo'qotishlar ko'rinishida bo'ladilar. Zaxiralar yo'qligi bilan yuzaga keladigan yo'qotishlarning asosiy turlariga quyidagilar kiradi:

- ishlab chiqarishdagi to'xtalishlardan bo'lgan yo'qotishlar;
- talab qilingan vaqtda omborda tovar bo'lmaganidan yuzaga kelgan yo'qotishlar;
- tovarlarning kichik partiyalarini yuqori bahodan sotib olgandan yuzaga kelgan yo'qotishlar.

Zaxiralar mavjudligi muayyan xarajatlar bilan bog'liq bo'lishiga qaramay, ishbilarmonlar ularni yaratishga majburdirlar, chunki zaxiralar yo'qligi undan kattaroq foydani yo'qotishga olib kelishi mumkin.

Zaxiralarni ratsional boshqaruvi, zaxiralarga bo'lgan minimal xarajatlarda, ishlab chiqarish va savdo jarayonining uzluksizligini ta'minlashga imkon beradi.

Ishbilarmonlar moddiy zaxiralarni yaratayotganda tayanadigan asosiy omillar quyidagilar.

Talabning o'zgarish ehtimoli (chiquvchi moddiy oqim intensivligini bashorat qilib bo'lmaydigan pasayishi). Tovarga bo'lgan talab o'zgarib turadi, va uni o'zgarishini har doim ham oldindan bilib bo'lmaydi. Shuning uchun, agarda yetarlicha zaxiraga ega bo'lmasa to'lov qobiliyatiga ega bo'lgan talab qondirilmasligi mumkin, ya'ni ishbilarmonda tovar bo'lmagandan keyin mijozning puli o'zida qolib u xaridsiz ketib qoladi.

Tovarlarning ayrim turlariga bo'lgan talabni mavsumiy o'zgarishi. Bu ayniqsa qishloq xo'jaligi mahsulotlariga tegishlidir. Masalan, O'zbekistonda kartoshka hosili yig'iladi. Ammo kartoshka oqimlari tovar o'tkazuvchi zanjirlar (bozorlar, do'konlar) bo'ylab yil davomida harakatlanadi. Demak, qaerdadir zaxira yig'ilishi lozim bo'ladi.

Tovarlarning yirik partiyalarini xarid qilganlarga beriladigan chegirmalar ham zaxiralar yaratishning sababchisi bo'lishi mumkin (ayrim yurtdoshlarimiz aynan shu sababli uylarida oziq-ovqatlarning nisbatan katta zaxiralarini saqlaydilar).

Mahsulotlarni olib-sotish. Ayrim tovarlarning narxi keskin oshib ketishi mumkin. Bu oshishni oldindan ko'ra bilgan korxonalar, bozor narxini o'zgarishi hisobiga foyda olishni ko'zlab zaxira yaratadi.

Buyurtmani joylashtirish va yetkazib berish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarning kamayishi.

Har bir yangi buyurtmani rasmiylashtirish va yetkazish jarayoni qator xarajatlar bilan kuzatiladi:

-ma'muriy xarajatlar: yetkazib beruvchini izlash, u bilan muzokaralar olib borish, xizmat safarlari, shaharlararo telefonda so'zlashuvlar va hokazolar;

-buyurtmani tashishga bo'lgan xarajatlar;

Bu xarajatlarni, buyurtmalar miqdorini kamaytirgan xolda, pasaytirish mumkin. Bu esa buyuriladigan partiya hajmini oshishiga, va zaxira ko'payishiga olib keladi.

Yetkazishlarning belgilangan grafigini buzilish ehtimoli (kiruvchi moddiy oqim intensivligini bashorat qilib bo'lmaydigan pasayishi). Bunday holda, savdo jarayoni to'xtab qolmasligi uchun, zaxiralar zarur bo'ladi. Bu ayniqsa korxonalar daromadini shakllantirishda asosiy rol o'ynaydigan tovarlar uchun muhimdir.

Ishlab chiqarishda esa, jarayonlarning rejalashtirilmagan to'xtab qolishi, ishlab chiqarishning uzluksiz sikliga ega bo'lgan korxonalar uchun ayniqsa xavflidir.

Mahsulot birligini ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirish. Mahsulotlarni talab paydo bo'lgan sari kichik partiyalar bilan ishlab chiqarish mumkin. Unda zaxiralar kichik bo'ladi, ammo bir birlik mahsulot tannarxi oshadi. Ikkinchi variant – bitta katta partiya ishlab chiqarish va tayyor mahsulotni zaxirada saqlab turish. Bunday holda, zaxira oshgan taqdirda ham, bir birlik mahsulot tannarxi pasayishi mumkin.

Ishlab chiqarish va taqsimot operatsiyalarini bir tekisda amalga oshirish imkoniyati. Faoliyatning bu ikkita turi o'zaro bog'langan bo'ladi: ishlab chiqarilgan narsagina taqsimlanishi mumkin. Zaxiralar yo'qligida, taqsimot tizimidagi moddiy oqimlar intensivligi ishlab chiqarish intensivligini o'zgarishlariga muvofiq ravishda

o'zgarib turadi. Taqsimot tizimida zaxiralarning mavjudligi, ishlab chiqarishdagi vaziyatdan qat'iy nazar, realizatsiya jarayonini yanada tekisroq amalga oshirishga imkon beradi.

O'z navbatida, ishlab chiqarish zaxiralarning mavjudligi, xom-ashyo yetkazishdagi o'zgarib turishlarni tekislab, ishlab chiqarish jarayonining bir tekisligini ta'minlaydi.

Xaridorga tezda xizmat ko'rsatish imkoniyati. Xaridor buyurtmasini quyidagi usullarning biri bilan bajarish mumkin:

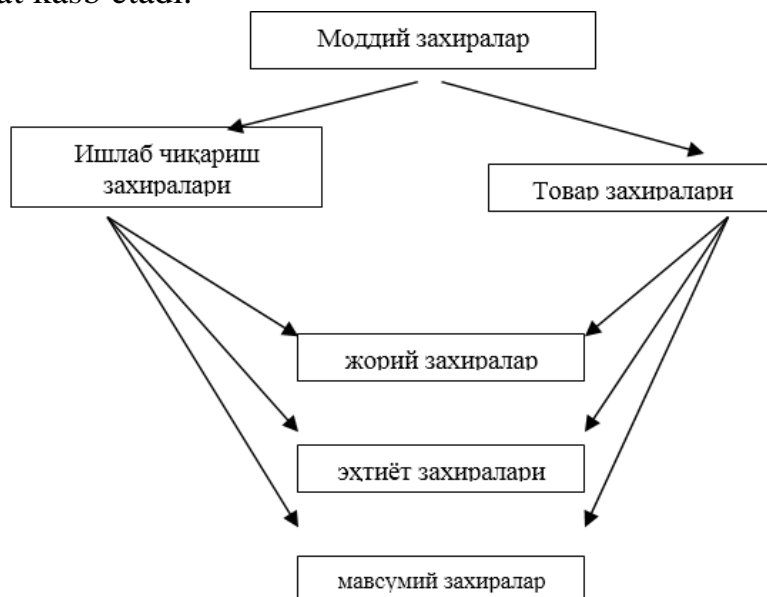
- buyurilgan tovarni ishlab chiqarish;
- buyurilgan tovarni sotib olish;
- buyurilgan tovarni mavjud zaxiradan tezda olib berish;

Oxirgi usul, odatda, eng qimmat bo'ladi, chunki u zaxiralarni saqlashni talab etadi. Ammo raqobat muxitida aynan ushbu omil hal qiluvchi bo'lishi mumkin.

Yehtiyot qismlar bo'lmaganligi uchun yuzaga keladigan ishlab chiqarishdagi to'xtashlarni kamaytirish. Asbob-uskunalarni ishdan chiqishi, ehtiyot qismlarning zaxirasi bo'lmagan taqdirda, ishlab chiqarish jarayonining to'xtab qolishiga olib kelishi mumkin. Bu ayniqsa uzluksiz ishlab chiqarish jarayoniga ega bo'lgan korxonalar uchun muhimdir, chunki ishlab chiqarishning to'xtab qolishi ular uchun qimmatga tushishi mumkin.

Ishlab chiqarishni boshqarish jarayonining soddalashuvi. Bunda korxonada ichidagi ishlab chiqarish jarayonining turli bosqichlarida yarim tayyor mahsulotlar zaxiralarni yaratish tushuniladi. Ushbu zaxiralarning mavjudligi har xil uchastkalardagi ishlab chiqarish jarayonlarining o'zaro kelishuvchanligiga bo'lgan talablarni pasaytirish imkonini beradi.

Yuqorida qayd etilgan tamoyillarda ta'kidlanishicha ishlab chiqarish, savdo va boshqa sohalarda ham zaxiralarni yaratish maqsadga muvofiqdir, aks holda xarajatlar oshib ketadi. Shu bilan birga zaxiralarning optimal kattaligini topish ham muhim ahamiyat kasb etadi.



19-Rasm. Moddiy zaxiralarning asosiy turlari

Jarayonlarni logistik tarzda tashkil etilishi, zaxiralar darajasini oshirmasdan bir

birlik mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarni kamaytirishga, extiyot qismlarining yo'qligi sababli, ishlab chiqarishda yuzaga kelgan to'xtashlarni minimallashtirishga, va zaxiralarning qator boshqa funksiyalarini amalga oshirishga imkon beradi.

Ta'kidlab o'tilganidek, zaxira tushunchasi moddiy ishlab chiqarishning barcha sohalariga tegishlidir. Chunki moddiy oqim xom-ashyo manбайдan so'nggi iste'molchigacha bo'lgan «zanjirni» istalgan bo'g'inida zaxira ko'rinishida to'planishi mumkin. Har bir bo'g'indagi zaxiralarni boshqarish esa o'z xususiyatlariga egadir.

Yuqorida tilga olingan «zanjir» bo'ylab harakatlanish chog'ida zaxiralarning 2ta asosiy turi yaratiladi (9.1-rasm)²²:

-ishlab chiqarish zaxiralari;

-tovar zaxiralari;

O'z navbatida ularning har biri ham uchta turga bo'linadi:

-joriy zaxiralar;

-yehtiyot zaxiralar;

-mavsumiy zaxiralar;

Ishlab chiqarish zaxiralari – bu ishlab chiqarish iste'moli uchun mo'ljallangan, moddiy ishlab chiqarishning barcha tarmoqlari korxonalarida mavjud bo'lgan zaxiralardir. Bu zaxirani yaratishdan maqsad – ishlab chiqarish jarayonini uzluksizligini ta'minlashdir. Misol tariqasida qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlash korxonasidagi ushbu mahsulotlar zaxirasini keltirish mumkin.

Tovar zaxiralari – bu ishlab chiqaruvchi korxonalaridagi tayyor mahsulot zaxiralari, va shuningdek yetkazib beruvchidan iste'molchiga qadar bo'lgan yo'ldagi zaxiralardir (ulgurji va chakana savdo korxonalaridagi).

Tovar zaxiralari o'z navbatida ishlab chiqarish vositalarining tovar zaxiralari va iste'mol buyumlarining tovar zaxiralari bo'linadi. Masalan, traktor ishlab chiqarish uchun lozim bo'lgan qismlar (shina, motor va x.) zaxirasi bu ishlab chiqarish vositalari tovar zaxirasidir. Turli xil sharbatlar, yog', sut mahsulotlarining zaxirasi esa bu iste'mol buyumlarining tovar zaxiralari kiradi.

Aytib o'tilganidek ishlab chiqarish zaxiralari ham joriy, ehtiyot va mavsumiy larga bo'linadi.

Joriy zaxiralar – ishlab chiqarish va tovar zaxiralari ning asosiy qismini tashkil etadi. Zaxiralarning bu kategoriyasi, keyingi yetkazishlarga bo'lgan davr ichida ishlab chiqarish yoki savdo jarayonining uzluksizligini ta'minlaydi. Joriy zaxiralar hajmi doimo o'zgarib turadi.

Yehtiyot zaxiralari – turli xil ko'zda tutilmagan hollarda ishlab chiqarish yoki savdo jarayonini uzluksizligini ta'minlash uchun mo'ljallangandir. Bunday hollarga quyidagilarni kiritish mumkin:

-yetkazishlar davriyligi va kattaligi shartnomadagidan farq qilishi;

-materiallar va tovarlarning turli sabablar bilan yo'lda to'xtab qolishi;

-talabni kutilmagan oshib ketishi;

²² Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

Shunday qilib, ehtiyot zaxiralari yaxshi rivojlanmagan xo‘jalik munosabatlari va noto‘g‘ri bashoratlardan o‘zini asrash uchun yaratiladi.

Yehtiyot zaxiralarning hajmi, odatda, o‘zgarmas bo‘ladi.

Mavsumiy zaxiralar – ishlab chiqarish, iste‘mol yoki tashish mavsumiy xususiyatga ega bo‘lganda paydo bo‘ladilar. Bu ayniqsa qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish, qayta ishlash va tashish uchun ayniqsa muhimdir. Misol tariqasida yig‘im-terim mavsumida yoqilg‘i iste‘molini keltirish mumkin. +ishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishining mavsumiylikini hisobga olgan holda unga tegishli deyarli barcha zaxiralar mavsumiy deb hisoblanishlari mumkin.

Bundan tashqari moddiy zaxiralarning quyidagi turlari mavjud:

-o‘tuvchi;

-tayyorgarlikli;

-nolikvid;

-yo‘ldagi zaxiralar va b.

O‘tuvchi zaxiralarga hisob davrining oxiridagi moddiy vositalar resurslarining qoldiqlari kiradi. Zaxiralarning ushbu turi hisob davridan keyingi davrdagi yetkazishgacha bo‘lgan vaqt ichida uzluksizlikni ta‘minlash uchun xizmat qiladi.

Tayyorgarlikli zaxiralar – bu ishlab chiqarish jarayonida ishlatishdan oldin qo‘shimcha tayyorgarlikni talab qiluvchi ishlab chiqarish zaxiralarning bir qismidir.

Nolikvid zaxiralar – bu uzoq vaqt davomida ishlatilmaydigan ishlab chiqarish yoki tovar zaxiralari. Ular, saqlash jarayonida tovarlar sifatining yomonlashishi, ma‘naviy eskirishi munosabati bilan paydo bo‘ladilar. Shuningdek bu zaxiralarga, endilikda ishlab chiqarilmaydigan mahsulot uchun mo‘ljallangan zaxiralar ham kiradi.

Yo‘ldagi zaxiralar – bu hisob vaqtida tashilayotgan, ya‘ni yo‘lda bo‘lgan zaxiralardir. Zaxiralarni yo‘ldagi vaqti deganda, transportga ortilganidan to manzilgacha yetib kelishi uchun sarflangan vaqt tushuniladi. Bu ko‘rsatkich shartnomada kelishilgan, hamda turli transportlar uchun mavjud me‘yorlar bo‘yicha belgilanadi.

2. Buyurtma qilinadigan partiyaning optimal o‘lchamini aniqlash.

Zaxiralarni to‘ldirish tizimi tanlangandan so‘ng, buyurtma kattaligini va takrorlanish vaqtini miqdoran aniqlash lozim bo‘ladi.

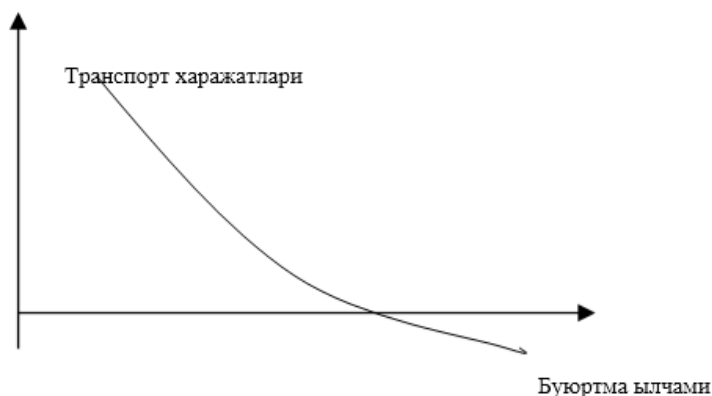
Buyurtmaning optimal kattaligi va chastotasi quyidagi omillarga bog‘liq bo‘ladi:

-talab hajmi;

-transport-tayyorlov xarajatlari;

-zaxirani saqlashga bo‘lgan xarajatlar.

Buyurtma o‘lchami oshganda transport-tayyorlov xarajatlari kamayadi, chunki tovarlarni sotib olish va tashish katta partiyalarda, va demak kamroq amalga oshiriladi. Bu bog‘liqlikning grafigi 20-rasmda tasvirlangan.



20-Rasm. Transport-tayyorlov xarajatlarini buyurtma o'lchamiga bog'liqligi

Optimallik mezoni sifatida transport-tayyorlov va saqlashga bo'lgan xarajatlar summasining minimumi olinadi.

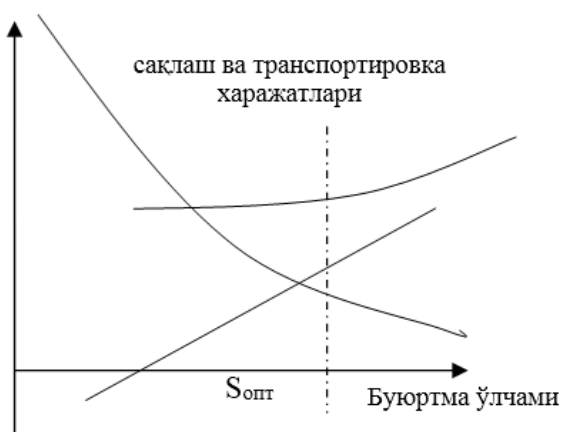
Ushbu ikkala xarajatlar ham buyurtma o'lchamiga bog'liq, ammo ularning bog'liqlik darajalari turlicha.

Saqlashga bo'lgan xarajatlar esa buyurtma o'lchamiga to'g'ri proporsionaldir. Bu bog'liqlikning grafigi 21 rasmda keltirilgan.

Yuqoridagi ikkita grafikni qo'shib, transport-tayyorlov va saqlash xarajatlarini buyurtma o'lchamiga bog'liqligini aks ettiruvchi egri chiziqqa ega bo'lamiz. Ko'rib turganimizdek bu egri chiziq minimum nuqtasiga ega, aynan shu nuqtada xarajatlar yig'indisi minimumga teng bo'ladi. Ushbu nuqtaning absissasi esa buyurtmaning optimal o'lchami qiymatini aks ettiradi.



21-Rasm. Zaxiralarni saqlashga bo'lgan xarajatlarni buyurtma o'lchamiga bog'liqligi



22-Rasm. Transport-tayyorlov va saqlash xarajatlari summasini buyurtma o'lchamiga bog'liqligi

$S_{opt.}$ – buyurtmaning optimal o'lchami.

Buyurtmaning optimal o'lchamini aniqlash masalasi analitik usul bilan ham yechilishi mumkin. Buning uchun transport-tayyorlov va saqlash xarajatlari summasini aks ettiruvchi funktsiyani minimumga intilishi shartlarini aniqlash lozim, ya'ni²³:

$$S_{um.} = S_{saq.} + S_{tr.} \quad \min \quad (7.1)$$

bu yerda:

$S_{um.}$ – tashish va saqlashga bo'lgan umumiy xarajatlar;

$S_{saq.}$ – zaxirani saqlashga bo'lgan xarajatlar;

$S_{tr.}$ – transport-tayyorlov xarajatlari;

Tasavvur qilaylik, aniq bir davr ichidagi aylanma kattaligi Q ni tashkil etsin. Bitta buyuriladigan va yetkaziladigan partiyaning o'lchami S . Oldingi partiya tugab bo'lgandan so'nggina keyingisi olib kelinadi. Unda zaxiraning o'rtacha qiymati $S/2$ ga teng bo'ladi.

Zaxirani saqlash uchun (M) tarifni kiritamiz. M - T davr ichidagi saqlash xarajatlarini o'sha davrdagi o'rtacha zaxira qiymatidagi ulushi bilan o'lchanadi. Masalan, $Mq0,1$ bo'lsa, demak zaxirani saqlash bo'yicha xarajatlar, uning o'rtacha qiymatini 10%ni tashkil etadi. Shuningdek, bir birlik tovarni saqlash xarajatlari ham, uning qiymatini 10%ni tashkil etadi.

Yendi T davr ichida tovarlarni saqlashga bo'lgan xarajatlarni hisoblash mumkin:

$$C_{cak} = M \cdot \frac{S}{2} \quad (7.2)$$

T davr ichidagi transport-tayyorlov xarajatlarining o'lchami, buyurtmalar sonini, bitta buyurtmani olib kelish bilan bog'liq xarajatlarga ko'paytmasi bilan aniqlanadi.

$$C_{tp} = K \cdot \frac{Q}{S} \quad (7.3)$$

bunda:

K –bitta buyurtmaga bo'lgan transport-tayyorlov xarajatlari;

Q/S - T davrdagi buyurtmalar miqdori;

Olingan ifodalarni joy-joyiga qo'yib chiqib, olib kelinadigan partiyaning optimal o'lchamini topamiz. ($S_{opt.}$)

$$S_{um.} = S_{saq.} + S_{tr.} \quad \min$$

$$C_{yuzumai} = M \cdot \frac{S}{2} + K \cdot \frac{Q}{S} \quad (7.4)$$

$S_{um.}$, uning S bo'yicha birinchi hosilasi nolga teng, ikkinchisi esa noldan katta bo'lgan nuqtada, minimumga erishadi. Birinchi xosilani topamiz:

$$C'_{ym} = \left(\frac{M}{2} - K \cdot \frac{Q}{S} \right)', \quad (7.5)$$

²³ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

$$C_{ym}^1 = \frac{M}{2} - K \cdot \frac{Q}{S^2} \quad (9.6)$$

Maqsadli funksiya hosilasini nolga olib keluvchi Sning qiymatini topamiz:

$$\frac{M}{2} - K \cdot \frac{Q}{S_{opt}^2} = 0, \quad (7.7)$$

bundan

$$S_{onm} = \sqrt{\frac{2 \cdot K \cdot Q}{M}} \quad (7.8)$$

Tekshiruv, ikkinchi hosilani noldan katta ekanligini ko'rsatadi. Demak, topilgan S_{opt} . yetkazish va saqlashga bo'lgan xarajatlar summasini minimumini ta'minlaydi.

Buyurtmaning optimal o'lchamini hisoblashga imkon beruvchi ushbu formula, zaxiralarni boshqarish nazariyasida *Uilson* formulasi deb nomlanadi. [Gadjinskiy]

Buyurtmaning optimal o'lchamini hisoblashga doir misolni ko'rib chiqamiz. Boshlang'ich ma'lumotlar sifatida quyidagi kattaliklarni olamiz.

Bir birlik tovar qiymati – 40 so'm (0,04 ming so'm)

Berilgan tovar pozitsiyasi bo'yicha omborning oylik aylanmasi (oboroti):

$Q' = 500$ birlik/oy, yoki $Q = 20$ ming so'm/oy

Tovarni saqlash xarajatlari, uning qiymatini 10% ga teng, ya'ni $M=0,1$.

Bitta buyurtmani joylashtirish va yetkazish bilan bog'liq transport-tayyorlov xarajatlari: $Kq0,25$ ming so'm

Bunda yetkazilayotgan buyurtmaning optimal o'lchami:

$$S_{onm} = \sqrt{\frac{2 \cdot 20 \cdot 0,25}{0,1}} = 10 \text{ ming.so'm}$$

Agarda aylanma (oborot) hajmini natural birliklarda ifodalaganda, hisob boshqacha shaklga ega bo'ladi:

$$S_{onm} = \sqrt{\frac{2 \cdot Q' \cdot K}{M \cdot P}} \quad (7.9)$$

bu yerda:

Q' – natural birliklarda ifodalangan aylanma hajmi (bizning misolimizda $Q'=500$ birlik)

R – bir birlik tovarning qiymati (bizning misolimizda $R=0,04$ ming so'm)

$$S_{onm} = \sqrt{\frac{2 \cdot 500 \cdot 0,25}{0,1 \cdot 0,04}} = 250 \text{ birlik}$$

Ravshanki, tovarni bir oy ichida ikki marotaba yetkazish maqsadga muvofiq bo'ladi: $20 \text{ m.s.} : 10 \text{ m.s.} = 2$ marta

Bu xolda transport-tayyorlov va saqlash xarajatlari:

$$C_{ymym} = \frac{0,1 \cdot 10}{2} + \frac{0,25 \cdot 20}{10} = 1 \text{ ming so'm}$$

Olingan natijalarni e'tiborga olmaslik, xarajatlarni oshib ketishiga olib keladi. Masalan: 12 ming so'mga teng bo'lgan partiya olib kelinganda (ya'ni $S=12$)

$$C_{ymym} = 0,1 \cdot \frac{12}{2} + 0,25 \cdot \frac{20}{12} = 1,02 \text{ ming so‘m}$$

8 ming so‘mga teng bo‘lgan partiya olib kelinganda (ya‘ni S=8) esa:

$$C_{ymym} = 0,1 \cdot \frac{8}{2} + 0,25 \cdot \frac{20}{8} = 1,025 \text{ ming so‘m}$$

Buyuriladigan partiya hajmini aniqlashdagi 20%lik xatolik, bizning misolimizda korxonaning tashish va saqlash bo‘yicha oylik xarajatlarini 2% ga oshiradi. Buni depozit jamg‘armasining stavkasi bilan tenglashtirish mumkin. Boshqacha qilib aytganda, logistika menedjerining ushbu xatosi, pullarni depozitda «ishlatmasdan», ushlab turgan moliyachi xatosi bilan baravardir.

2. Buyurtmaning optimal o‘lchami formulasining qo‘llanilishi

Uilson formulasidagi K va M kattaliklarini hisoblash, transport-tayyorlov va saqlash xarajatlari smetalarini tuzish asosida amalga oshiriladi. Ushbu hisoblashlarning har biri bilan tanishib chiqamiz:

1. Bitta buyurtmaga bo‘lgan transport-tayyorlov xarajatlari (K kattaligi), o‘tgan davrdagi transport-tayyorlov xarajatlarini ushbu davrda qabul qilingan buyurtmalarga nisbati bilan aniqlanadi.

Transport-tayyorlov xarajatlarining smetasi, quyidagi xarajat turlarini o‘z ichiga oladi:

K_1 – yetkazish shartnomasini rasmiylashtirish bilan bog‘liq bo‘lgan xarajatlar, ya‘ni xizmat safarlariga, muzokaralar olib borishga va b. bo‘lgan xarajatlar;

K_2 – yetkazish jarayonida yukni qo‘riqlashga bo‘lgan xarajatlar;

K_3 – sug‘urta xarajatlari;

K_4 – tashish xarajatlari;

K_5 – buyurtmani joylashtirish va bajarish bilan bog‘liq boshqa xarajatlar.

Umumiy transport-tayyorlov xarajatlari quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi²⁴:

$$K = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{L} \quad (7.10)$$

bu yerda:

L – belgilangan davrda joylashtirilgan (qabul qilingan) va bajarilgan buyurtmalar miqdori.

2. T davr ichidagi saqlash xarajatlarini, ushbu davrdagi o‘rtacha zaxira qiymatidagi ulushini (M kattaligi) hisoblash ham bir necha moddalarni o‘z ichiga oladi:

m_1 -zaxiralar qiymatini to‘lash uchun zarur bo‘lgan kredit bo‘yicha foizlar.

U quyidagi formula bo‘yicha topiladi:

$$m_1 = \frac{S}{2} \cdot p \cdot \alpha \quad (7.11)$$

bu yerda:

S_{birlik} - buyurtmaning natural ko‘rinishidagi hajmi;

R – bir birlik tovarni sotib olish bahosi, so‘m;

²⁴ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

α – kredit bo'yicha o'rtacha foiz stavkasi;
 m_2 – zaxiralarni saqlash bilan bog'liq xodimlarning ish xaqi;
 m_3 – zaxiralarni saqlashda ishlatiladigan binolar va uskunalar amortizatsiyasi;
 m_4 – ma'muriy xarajatlar va kommunal xizmatlar;
 m_5 - qo'riqlash, yo'qotishlar va zaxiralarni saqlash bilan bog'liq boshqa joriy xarajatlar;

M kattaligi, ya'ni T davrdagi zaxiralarni saqlash xarajatlarining ushbu davrdagi o'rtacha zaxira qiymatidagi ulushi, quyidagi formula bo'yicha topiladi:

$$M = \frac{2 \cdot \sum_{i=1}^n m_i}{S_{\text{бухгалтер}} - P} \quad (7.12)$$

Muhokama uchun savollar:

1. Logistik xizmat ko'rsatish tushunchasi.
2. Xizmat ko'rsatish tizimini shakllantirish.
3. Xizmat turlari, infratuzilmalar.
4. Xizmat ko'rsatish sifatining mezonlari.
5. Qishloq xo'jalik ishlab chiqarishi bilan xizmat ko'rsatuvchi infratuzilmalar faoliyatini muvofiqlashtirish tamoyillari.
6. Xizmat ko'rsatish va tarqatishni taqsimlashni logistik tashkil etish yo'llari.
7. Moddiy zaxira tushunchasi.
8. Zaxiralar hosil qilishning mohiyati.
9. Zaxiralarning asosiy turlari.
10. Zaxira o'lchamlarini qanday aniqlanadi.
11. Zaxiralarni boshqarishda ABC va XYZ tahlili.
12. Moddiy zaxiralarni tashkil etishning sababi nima?
13. Zaxiralarni ularning mo'ljallangan maqsadi bo'yicha tasniflab bering.
14. Ishlab chiqarish-sotish faoliyatida taqchilik tushunchasi nimadan iborat?
15. Zaxiralar darajasini logistik boshqaruvning asosiy samarasi qanday?

QISHLOQ XO'JALIGI LOGISTIKASIDA OMBOR XO'JALIGI. QISHLOQ XO'JALIGIDA LOGISTIK SERVIS XIZMATI KO'RSATISH.

Omborlar, ular to'g'risida tushunchalar va ularning logistikadagi o'rni.

Ishlab chiqarish jarayonlarini loyihalash, xom-ashyo, yarim tayyor va tayyor mahsulotlarni logistik zanjirining u yoki bu bo'g'inida biror vaqtga jamlab turish sharoitida, optimal yechimga ega bo'ladi. Umumiy loyiha, jamlash joyida yukni nima qilish kerakligini ko'rsatib beradi. Balki, kelib tushgan yuk birliklarini qayta shakllantirib, tovarlarni qayta qadoqlab, biror vaqt saqlab, keyinchalik yangi yuk birliklarini shakllantirib, lozim bo'lgan vaqtda iste'molchiga yetkazib berish talab qilinishi mumkin. Aynan shu maqsadda logistik tizimlarda omborlar tashkil etiladi.

Omborlar – bu kelib tushgan tovarlarni qabul qilish, joylashtirish va saqlash, ularni iste'molga tayyorlash va iste'molchiga uzatish uchun mo'ljallangan binolar, inshootlar va turli xildagi uskunalar majmuidir.

Mahsulot ishlab chiqaruvchiga xom-ashyo va birlamchi materiallarning omborlari lozim bo'ladi. Ularning yordamida ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligi ta'minlanadi. Tayyor mahsulot omborlari sotuv uzluksizligini ta'minlovchi zaxiralarni saqlab turishga imkon beradilar. Savdo omborlarida tayyor mahsulotlar jamlanib o'z iste'molchisini kutib turadilar.

To'g'ri tashkil etilgan logistik tizimni, omborlarsiz tasavvur etib bo'lmaydi.

Logistikada ombor faqatgina logistik jarayon ko'rsatkichlarini yaxshilash mumkin bo'lgan holdagina ishlatiladi. Shunday qilib, omborning asosiy roli bu moddiy oqimni optimallashtirish uchun sharoit yaratishdir.

Logistika, ombor ichidagi jarayonlarni to'g'ri tashkil etilishini, hamda texnik, texnologik va boshqa jarayonlarni iqtisodiy muhit jarayonlari bilan bog'liqligini ta'minlashni o'z oldiga vazifa qilib qo'yadi.

Logistikada omborlarni tovar harakati tizimining unsurlari sifatida, va shu bilan birga, mustaqil tizim sifatida ko'radilar. Bunga muvofiq masalalarning ikkita guruhini ajratadilar:

- tovar harakati tizimini loyihalashda, omborlar bilan bog'liq bo'lgan masalalar;
- omborlar bo'yicha, mustaqil tizim sifatidagi, masalalar.

Omborlar logistik tizimlarning muhim unsurlaridan biri bo'lib hisoblanadilar. Zaxiralarni saqlash uchun maxsus jihozlangan joylarga bo'lgan ob'ektiv zaruriyat moddiy oqim harakatining barcha bosqichlarida kuzatiladi. Turli xildagi omborlar ko'pligini aynan shu bilan izohlash mumkin.

Omborlarning o'lchamlari ham har xil bo'lishi mumkin: kichkina xonalardan to bir necha yuz ming kvadrat metr maydonga ega bo'lgan gigant omborlargacha.

Omborlar yuklarni joylash balandligi bo'yicha ham farqlanadilar. Bir omborlarda yuklar odam bo'yidan baland bo'lmagan joyda saqlansa, ikkinchi bir omborlarda maxsus uskunalar yukni 24m balandlikga joylashtiradilar.

Omborlar tuzilishi (konstruksiyasi) ham turlicha bo'lishi mumkin: ochiq va yopiq.

Omborlarda, agarda lozim bo'lsa, maxsus harorat, namlik va boshqa sharoitlar yaratilishi mumkin.

Ombor bitta korxonada tovarlarini saqlash uchun mo'ljallangan bo'lishi (individual foydalanish ombori) yoki lizing shartlarida yuridik yoki jismoniy shaxslarga ijaraga beriladigan bo'lishi (jamoaviy foydalanish ombori) mumkin.

Shuningdek omborlar, ombor operatsiyalarini mexanizatsiya darajasi bo'yicha ham farqlanadilar: mexanizatsiya-lashtirilmagan, majmuaviy - mexanizatsiyalashtirilgan, avtomatlashtirilgan, avtomatik.

Omborlarni moddiy oqimning umumiy harakat jarayonidagi joylashish belgisi bo'yicha turkumlanishini mukammalroq ko'rib chiqamiz (28- rasm).



28-Rasm. Омборlarni joylashishi bo'yicha turkumlanishi

Омборлар туркумланishiining муһим белгиси бу yuklarni темир yo'l yoki suv transporti orqali yetkazish va olib chiqish imkoniyatiga ega bo'lishdir. Bunga muvofiq stansiyalardagi yoki portlardagi omborlar (темир yo'l stansiyasi yoki port hududida joylashgan), relsli omborlar (vagonlarni berish va olishga mo'ljallangan relslarga ega) va chuqurdagi omborlar mavjud. Yukni stansiyadan yoki portdan chuqurdagi omborga olib borish uchun avtomobil transportidan foydalaniladi.

Saqlanayotgan yukning assortimentiga qarab, maxsus omborlar, aralash va universal omborlar bo'lishi mumkin.

Ushbu belgi bo'yicha omborlarni ikkita asosiy guruhga bo'lish mumkin:

Ишлаб чиқарish – техник maqsadlarga mo'ljallangan mahsulotlar harakati uchastkasidagi omborlar;

Xalq iste'moli mollari harakati uchastkasidagi omborlar.

6 guruhga kiruvchi omborlar quyidagilar:

-ishlab chiqaruvchi korxonalarining tayyor mahsulot omborlari;

-ishlab chiqarish–texnik maqsadlarga mo'ljallangan mahsulotlarni iste'mol qiluvchi korxonalarining xom-ashyo va birlamchi materiallar omborlari;

-ishlab chiqarish-texnik maqsadlarga mo'ljallangan mahsulotlarni muomala sohasidagi omborlar.

7 guruhga kiruvchi omborlar quyidagilar:

-xalq iste'moli mollari bilan ulgurji savdo qiluvchi korxonalar omborlari:

a) ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarish joyida joylashgan;

b) ushbu mahsulotlarni iste'mol joyida joylashgan.

Moddiy oqimni turli korxonalar omborlaridan o'tishining prinsipial chizmasi 10.2 rasmda keltirilgan.

Omborlarning funksiyalari²⁵

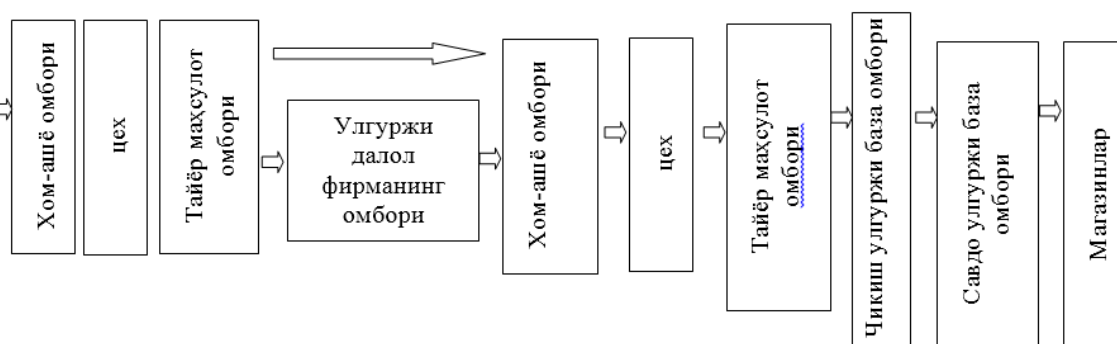
Turli omborlarda bajariladigan ish hajmi taxminan bir xil. Chunki omborlar turli logistik jarayonlarda quyidagi o‘xshash funksiyalarni bajaradilar:

- 8 moddiy zaxiralarni vaqtinchalik joylashishi va saqlanishi;
- 9 moddiy oqimlarni qayta shakllanishi;
- 10 xizmat ko‘rsatish tizimida logistik servisni ta‘minlash.

Har bir ombor kamida uch xil moddiy oqimlarni qayta ishlaydi: kiruvchi, chiquvchi va ichki.

Kiruvchi oqimning mavjudligi transportdagi yukni tushirish, uning miqdori va sifatini tekshirish lozimligini bildiradi. Chiquvchi oqim bo‘lsa yukni ortish, ichkida esa omborlar ichida yukni harakatlantirish nazarda tutiladi.

Moddiy zaxiralarni vaqtinchalik saqlash funksiyasini amalga oshirilishi, yuklarni saqlashga joylashtirish, saqlash uchun zaruriy sharoitlarni ta‘minlash, saqlash joylaridan yuklarni olish bo‘yicha ishlarni bajarish zaruriyatini bildiradi.



29-rasm. Moddiy oqimning, xom-ashyo manbasidan to so‘nggi iste‘molchigacha bo‘lgan, yo‘lidagi omborlarni prinsipial chizmasi (sxemasi)

Moddiy oqimlarning o‘zgarishi bir yuk partiyalari yoki yuk birliklari o‘rniga boshqalarini tashkil etish yo‘li bilan amalga oshadi. Bu yuklarni o‘z qadoqlaridan olib, yangi yuk birliklarini tashkil etish va ularni qadoqlash zarur ekanligini anglatadi.

Ammo bu omborlar to‘g‘risida umumiy tushunchadir xolos. Yuqorida sanab o‘tilgan funksiyalarning har biri keng miqyosda o‘zgarib turishi mumkin. Bu esa ayrim logistik operatsiyalarning amalga oshirilish intensivligiga ham o‘z ta‘sirini o‘tkazadi. Bundan keyin, ombordagi logistik jarayonning ko‘rinishi umuman boshqacha tus oladi.

Moddiy oqimni birlamchi xom-ashyo manбайдan to oxirgi iste‘molchigacha bo‘lgan harakatida uchraydigan turli xil omborlarning funksiyalarini ko‘rib chiqamiz.

Ishlab chiqaruvchi korxonalarining tayyor mahsulot omborlarida:

- 11 omborga qo‘yish;
- 12 saqlash;
- 13 navlarga (turlarga) ajratish;

²⁵ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

- 14 qo‘shimcha qayta ishlash (lozim bo‘lsa);
- 15 belgilash (markirovka);
- 16 ortishga tayyorlash;
- 17 ortish operatsiyalari.

Iste‘molchi korxonalarining xom-ashyo va birlamchi materiallar omborlarida:

- 18 yukni qabul qilish;
- 19 tushirish;
- 20 navlarga ajratish;
- 21 saqlash;
- 22 ishlab chiqarish iste‘moliga tayyorlash.

Ishlab chiqarish-texnik maqsadlarga mo‘ljallangan mahsulotlar muomalasi sohasidagi ulgurji-vositachi firmalar omborlarida, yuqorida qayd etilganlardan tashqari:

- 23 tovarlar to‘planishi (konsentratsiyasi)ni ta‘minlash;
- 24 lozim bo‘lgan assortimentni butlash;
- 25 tovarlarni kichik partiyalarda yetkazish (iste‘molchi korxonalar va boshqa ulgurji-vositachi firmalar omborlariga);
- 26 rezerv partiyalarni saqlashni tashkil etish.

Ishlab chiqarish to‘plangan joylardagi savdo korxonalarida omborlarida:

- 27 ishlab chiqarish korxonalaridan tovarlarni yirik partiyalarda qabul qilish;
- 28 iste‘mol joylardagi xaridorlarga tovarlarni yirik partiyalarini butlash va jo‘natish;

Iste‘mol joylaridagi omborlarda:

- 29 ishlab chiqarish assortimenti tovarlarini qabul qilish;
- 30 keng savdo assortimentini shakllantirish;
- 31 chakana savdo korxonalarini tovarlar bilan ta‘minlash.

6. Xizmat ko‘rsatish tizimini shakllantirish.

«Xaridor bozori» sharoitida, sotuvchi, xaridor talabidan kelib chiqqan holda, o‘z faoliyatini amalga oshirishiga to‘g‘ri keladi. Bunda talab tovarga bo‘lgan talab bilan cheklanmaydi. Xaridor ushbu tovarni yetkazib berish jarayonida unga ko‘rsatiladigan xizmatlar tarkibi va sifati bo‘yicha ham o‘z talablarini ilgari suradi.

Xizmat, atamasining asl ma‘nosi, biror-bir kimsaga foyda keltiruvchi yoki yordam beruvchi hatti-harakatlarni anglatadi. Birovlar ehtiyojlarini qondirish, ya‘ni ularga xizmat ko‘rsatish esa servis deb ataladi.

Logistik faoliyat, moddiy oqim iste‘molchisiga turli xildagi logistik xizmatlar ko‘rsatish imkoniyatini nazarda tutadi. Logistik servis taqsimot jarayoni bilan uzviy bog‘langan bo‘lib, tovarni yetkazish jarayonida ko‘rsatiladigan xizmatlar majmuidan iboratdir.

Logistik servisning ob‘ekti bo‘lib moddiy oqimning turli iste‘molchilari xizmat qiladi (23-rasm). Logistik servis yetkazib beruvchining o‘zi tomonidan, yoki logistik servisga ixtisoslashgan ekspeditorlik firmasi tomonidan amalga oshiriladi.

Logistik xizmat ko‘rsatish sohasidagi barcha ishlarni uchta asosiy guruhga bo‘lish mumkin:

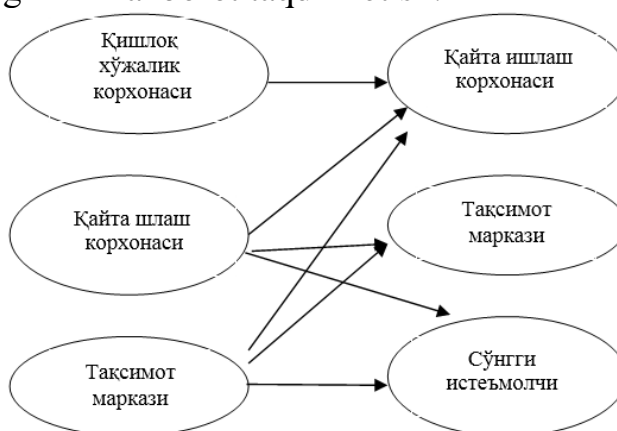
-sotuvdan oldingi, ya'ni logistik servis tizimini shakllantirish bo'yicha ishlar;
-tovarlar sotish jarayonida amalga oshiriladigan, logistik xizmatlarni ko'rsatish bo'yicha ishlar;

-sotuvdan keyingi logistik servis.

Realizatsiya jarayonidan oldingi logistik servis sohasidagi ishlar, asosan, xizmat ko'rsatish sohasidagi firma siyosatini belgilash, va xizmatlarni rejalashtirishni o'z ichiga oladi.

Tovarlarni realizatsiyasi jarayonida turli xil logistik xizmatlar ko'rsatilishi mumkin:

- omborda tovar zaxiralarining mavjudligi;
- buyurtmani bajarish, shu jumladan assortimentni tanlash, qadoqlash, yuk birliklarini shakllantirish va boshqa operatsiyalar;
- yetkazish ishonchliligini ta'minlash;
- yuklar o'tishi to'g'risida axborot taqdim etish.

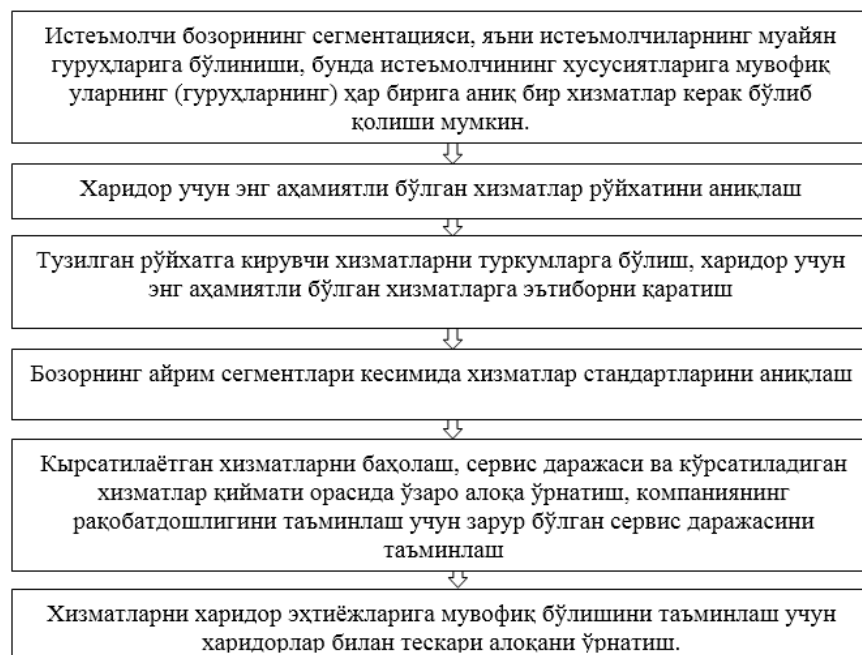


23-Rasm. Iste'molchi tizimiga moddiy oqimni kelib chushish variantlari

Sotuvdan keyingi xizmatlar – bu kafolat xizmati, xaridorlar e'tirozlarini ko'rib chiqish bo'yicha majburiyatlar, almashinish va boshqalardir.

Iste'molchi yetkazib beruvchi tanlaganda uning logistik servis sohasidagi imkoniyatlarini ham e'tiborga oladi, ya'ni boshqacha qilib aytganda yetkazib beruvchining raqobatdoshligiga u taklif etayotgan xizmatlarning assortimenti va sifati ham ta'sir ko'rsatadi. Ikkinchi bir tomonidan, xizmatlar safini kengaytirish qo'shimcha xarajatlarga olib keladi.

Logistik servis tizimini shakllantirishga imkon beruvchi harakatlar ketma-ketligini ko'rib chiqamiz (24-Rasm).



24-Rasm. Firmada logistik servis tizimini shakllantirish bo'yicha harakatlar ketma-ketligi

Logistik xizmatlar raqobatdoshlikka o'z ta'sirini o'tkazar ekan, har bir xo'jalik, firma yoki korxonada iste'molchilarga logistik xizmat ko'rsatish sohasida aniq belgilangan strategiyaga ega bo'lishi zarur.

Iste'molchi bozorining segmentatsiyasi, jo'g'rofik omil bo'yicha, servis jihatlari bo'yicha yoki boshqa bir omil bo'yicha amalga oshirilishi mumkin. Xaridorlar uchun ahamiyatli xizmatlarni tanlashni, ularning turkumlanishini, xizmatlar standartini aniqlashni, turli xil so'rovlarni o'tkazish yo'li bilan amalga oshirish mumkin. Ko'rsatiladigan xizmatlarni baholash turli xil usullar bilan amalga oshiriladi. Masalan, yetkazishning ishonchlilik darajasini o'z vaqtida yetkazilgan partiyalar ulushi bilan o'lchash mumkin.

Kompaniya resurslari esa xaridor uchun eng ahamiyatli bo'lgan xizmatlarni ko'rsatishga yo'naltiriladi.

Logistik servis sifatini baholash uchun quyidagi mezonlar qo'llaniladi²⁶:

- yetkazish ishonchliligi;
- buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan to'liq vaqt;
- yetkazish egiluvchanligi;
- yetkazib beruvchi omborida zaxiralar mavjudligi;
- kredit olish imkoniyati, va qator boshqa mezonlar.

Bulardan birinchi uchtasini tavsiflab o'tamiz.

Yetkazish ishonchliligi. Umumiy holda, ishonchlilik deganda, belgilangan

²⁶ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

cheklanishlarda o'z tavsiflarini saqlagan holda berilgan funksiyalarni bajarish qobiliyatini o'z ichiga olgan, tizimning majmuaviy xususiyati tushuniladi.

Yetkazish ishonchliligi – bu yetkazib beruvchining belgilangan chegaralarda, shartnomada kelishilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish qobiliyatidir. yetkazish ishonchliligi, yetkazish jarayoni tarkibiga kiruvchi ayrim turdagi ishlarni bajarish muddatlariga rioya qilishning ishonchliligi bilan aniqlanadi.

Yetkazish ishonchliligiga ta'sir etuvchi asosiy omillardan bo'lib, shartnomada ko'zda tutilgan majburiyatlar (kafolatlar) mavjudligi xizmat qiladi, yetkazish muddatlarini buzganlik uchun javobgarlik aynan shu majburiyatlarda belgilanadi.

Buyurtma qabul qilgandan to tovarlar partiyalarini yetkazishgacha bo'lgan ta'liq vaqt, u o'z ichiga quyidagilarni oladi:

-buyurtmani rasmiylashtirish vaqti;

-ishlab chiqarish vaqti (agarda buyurilgan tovarlarni ishlab chiqarish lozim bo'lsa, bu vaqt yetkazish muddatiga qo'shiladi)

-qadoqlash vaqti;

-yuklash vaqti;

-yetkazish vaqti;

Shartnomada ko'rsatilgan yetkazish muddatlariga rioya qilish, yuqorida sanab o'tilgan ushbu muddatning tarkibiy qismlariga qanday rioya qilinishiga bog'liq. Masalan, tovarni ishlab chiqarishga rejalashtirilgan muddatlarga yoki ekspeditor ta'kidlagan yetkazish muddatlariga rioya qilinmasligi mumkin.

Yetkazish egiluvchanligi – etkazuvchi tizimni mijozning alohida istaklarini (qoidalarini) e'tiborga olishi qobiliyatini bildiradi. Bunga quyidagilarni kiritadilar:

-buyurtma shaklini o'zgartirish imkoniyati;

-buyurtmani yetkazib berish turini o'zgartirish imkoniyati;

-qadoq turini o'zgartirish imkoniyati;

-yetkazib berishga bo'lgan talabnomani qaytarib olish imkoniyati;

-mijozni uning buyurtmasi holati to'g'risida axborot olishi imkoniyati;

-butlanmagan yetkazishlarda bo'lgan e'tirozlarga munosabat.

Muhokama uchun savollar

1. Omborlar, ular to'g'risida tushunchalar va ularning logistikadagi o'rni.
2. Omborlarning turlari.
3. Omborlarning funksiyalari.
4. Omborlar faoliyatini tashkil etishni optimallashtirish yo'llari.
5. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini saqlashda mahsulot yo'qotishlari.

4-MAVZU. TRANSPORT VA AXBOROT, MOLIYAVIY LOGISTIKANI RIVOJLANTIRISHNING AMALIY AHAMIYATLARI.

Transport logistikasining mohiyati va vazifalari.

Transport – bu odamlar va yuklar tashishni amalga oshiruvchi, moddiy ishlab chiqarish tarmog‘idir. Jamiyat ishlab chiqarishi tuzilmasida, transport moddiy xizmatlar ishlab chiqarish sohasiga mansubdir (25 rasm).

Moddiy oqimning birlamchi xom-ashyo manбайдan oxirgi iste‘molchigacha bo‘lgan harakati davomidagi logistik operatsiyalarning anchagina qismi, turli xil transport vositalari yordamida amalga oshiriladi. Bu operatsiyalarning xarajatlari, umumiy logistika xarajatlarining 50% gacha tashkil etishi mumkin.

Transport ishlab chiqarish va savdo jarayonlariga juda yaxshi kirib borgan. Shuning uchun ham transport, logistikaning ko‘pgina masalalarida ishtirok etadi. Shu bilan birga logistikaning yetarlicha mustaqil bo‘lgan transport sohasi ham mavjud. Unda transport jarayoni ishtirokchilari orasidagi kelishuvlar, ularga mos moddiy oqim harakatining ishlab chiqarish-ombor bo‘limlariga aloqasi bo‘lmagan tarzda ko‘rib chiqilishi ham mumkin.

Transport logistikasi vazifalariga, birinchi navbatda, o‘z yechimi bilan, transport jarayonining bevosita ishtirokchilari harakatlarini o‘zaro kelishilganligini kuchaytiruvchi, vazifalar kiradi. Bunday vazifalarni yechishning dolzarbligi, transport ishlari alohida bir sohaga aylanganida paydo bo‘ladi.

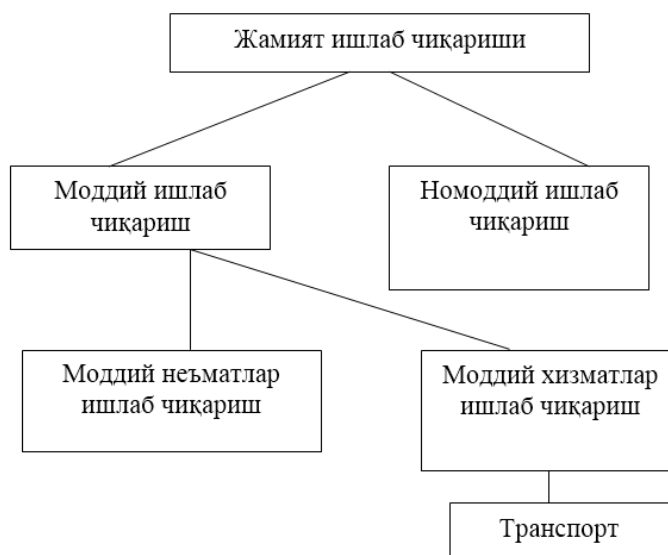
Transport jarayonlarini tashkil etishga logistik yondashuv xususiyatlarini, aralash tashishdagi transport zanjiri bo‘g‘inlarining o‘zaro ta’siri misolida tushuntirishimiz mumkin. (26 rasm)

26 rasmdan ko‘rinib turibdiki butun moddiy oqimni boshqarishning yagona funksiyasi mavjud emas. Axborot va moliya mablag‘larining harakati jarayonida bo‘g‘inlarning o‘zaro kelishuvi darajasi past, chunki ularning xarajatlarini hech kim boshqarmaydi.

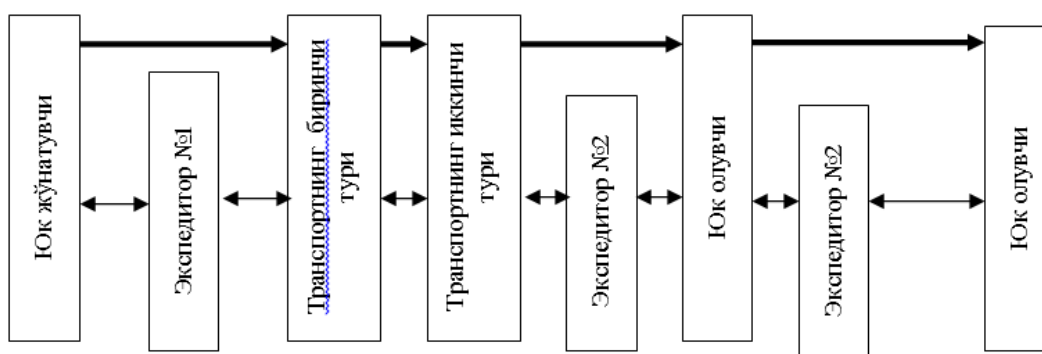
27 rasmda tasvirlangan aralash tashishni tashkil etish butunlay boshqacha xususiyatga ega.

Transportda logistikaning qo‘llanilishi, ishlab chiqarish yoki savdodagi kabi raqobatchilarni transport jarayonida bir-birini o‘zaro to‘ldiruvchi hamkorlarga aylantiradi.

Logistika, aytib o‘tilganiday, bu yagona texnika, texnologiya, iqtisod va rejalashtirishdir. Bunga muvofiq transport logistikasi vazifalariga transport jarayoni ishtirokchilarining texnik va texnologik ta‘minotini, ularning iqtisodiy manfaatlari o‘zaro mos kelishini, hamda rejalashtirishning yagona tizimlarini ishlatishni kiritish lozim. Bu vazifalarning har biriga qisqacha tavsif berib o‘tamiz.



25-Rasm. Transportning jamiyat ishlab chiqarishidagi o‘rni



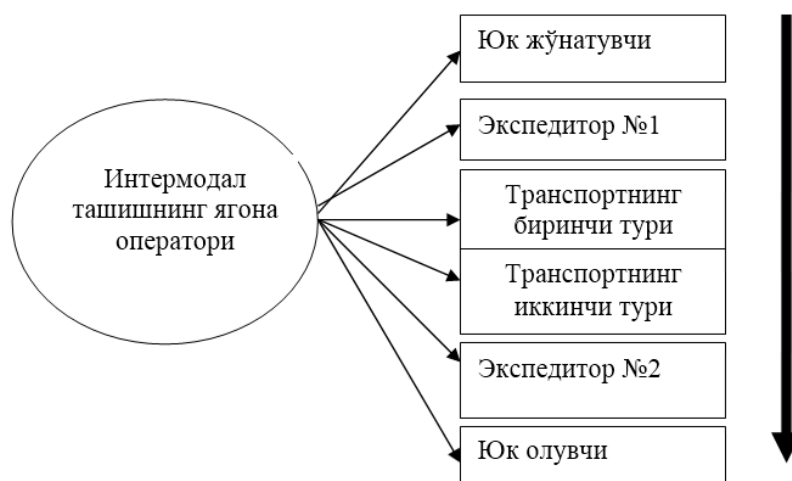
26-Rasm. Bir necha transport turlari ishtirokida tashishning ana'naviy tashkil etilishi

Butun yagona tashish jarayonining moddiy oqimini loyihalash va chiqib ketishda berilgan parametrlarga erishish imkoniyatlarini yaratadi.

Aralash tashishlarni tashkil etishga an'anaviy va logistik yondashuvlarning taqqoslama tavsifi 6-jadvalda keltirilgan.

Transport majmuidagi o‘zaro bog‘langan transport turlarining ayrimlari ichida va turlararo qismida parametrlarning kelishilmaganligini bildiradi.

Bu kelishilmaganlik modal tashishni qo‘llashga, konteynerlar va yuk paketlari bilan ishlashga imkon yaratadi. Texnologik tashishning yagona texnologiyasini to‘g‘ridan-to‘g‘ri yuk ortish-tushurishlarni, yuk ortish - tushishrirlarsiz aloqalarni bildiradi. Iqtisodiy bog‘liqlik – bu bozor kon’yukturasini tekshirishni va tarif tizimini barpo etishni umumiy metodologiyasidir.



27-Rasm. Bir necha transport turlari ishtirokida tashishning logistik tashkil etilishi

6-jadval

Aralash va intermodal tashishlarning taqqoslama tavsifi²⁷

Aralash tashish	Intermodal tashish.
Transportning 2 va undan ko‘p turi.	Transportning 2 va undan ko‘p turi.
Tashish jarayoni yagona operatorining yo‘qligi.	Tashish jarayoni yagona operatorining mavjudligi.
Bir necha transport hujjatlari.	Yagona transport hujjati.
Yagona tarif stavkasining yo‘qligi.	Yagona tarif stavkasining mavjudligi.(fraxt)
Ishtirokchilar o‘zaro faoliyati-ning ketma ket sxemasi	Ishtirokchilar o‘zaro faoliyati-ning ketma ket markaziy sxemasi.
Yuk majburiyati tarqalgan va buning natijasi past.	Yuk majburiyati yagona va buning natijasi yuqori.
Natija: «Logistikaning oltita qoidasi» bajarilishining ehtimoli pastligi.	Natija: «Logistikaning oltita qoidasi» bajarilishining ehtimoli yuqoriligi.
Kerakli yuk kerakli joyda, kerakli vaqtda, kerakli miqdorda, kerakli sifatda, minimal xarajatlar bilan.	Kerakli yuk kerakli joyda, kerakli vaqtda, kerakli miqdorda, kerakli sifatda, minimal xarajatlar bilan.

Birgalikdagi rejalashtirish – bu grafiklarning yagona rejalarini ishlab chiqish va qo‘llashni bildiradi. Shu munosabat bilan transport logistikasi vazifalariga quyidagilar kiradi.

- transport tizimlarini yaratish;
- transport–ombor jarayonining texnologik yagonaligini ta’minlash;

²⁷ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

-transport jarayonining ombor va ishlab chikarish jarayonlari bilan birgalikda rejalashtirish;

-transport vositasi turini tanlash;

-transport vositasi tipini tanlash;

-yetkazishlarning ratsional yo'nalishlarini aniqlash va boshqalar.

Transport vositalarining turlari va sonini aniqlash vazifasi logistikaning boshqa masalalari bilan aloqadorlikda yechiladi. Muayyan bir tashish uchun optimal bo'lgan transport turini tanlash asos bo'lib bo'lib, transportning xar xil turlarining xususiyatlari to'grisidagi axborot xizmat qiladi. Logistika nuqtai nazaridan transportning asosiy turlarini ustunlarini va kamchiliklarini ko'rib chiqamiz.

Avtomobil transporti. Kisqa masofalarga (200-300km) tashishlarni amalga oshirish uchun avtomobil transporti ishlatiladi. Asosiy usutunliklardan biri – yuqori harakatchanligidir. **Avtomobil** transporti yordamida yuk «eshikdan eshikgacha» zaruriy tashishning tezkorlik bilan yetkazishi mumkin. Transportning bu turi yetkazishlar muntazamligini hamda kichik hajmlardan yetkazishlar imkoniyatini ta'minlaydi. Bu yerda, boshqa turlarga nisbatan mahsulot qadoqiga u daraja qattiq talablar qo'yilmaydi.

Avtomobil transportining asosiy kamchiligi bu tashishlar tannarxining nisbatan yuqoriligi. Odatda tashish uchun to'lov avtomobilning maksimal yuk kutara olishi buyicha olinadi. Bu turning boshqa kamchiliklariga quydagilarni kiritish mumkin: yukni tushirishni shoshilinchligi, yukni va avtotransportni o'g'irlash mumkinligi, nisbatan kam yuk ko'tara olishi. Avtomobil transporti ekologiya jihatdan ham noqulay, bu esa uni ishlatish imkoniyatini kamaytiradi.

Temir yul transporti. Transportning bu turi yuklarning turli hajmlarini (partiyalarini) barcha ob-havo sharoitlarida tashish uchun qulaydir. Temir yul transporti yukni nisbatan tez vaqtda masofalarga yetkazish imkoniyatini ta'minlayli. Tashishlar muntazam amalga oshiriladi. Bu yerda ortish-tushirish ishlarining samarali bajarilishini tashkil etish mumkin.

Temir yo'l transportining muhim ustunligi, bu yuklarni tashishning nisbatan past narxi va chegirmalar mavjudligidir.

Temir yo'l transportining kamchiliklariga tashuvchilar sonining cheklanganligini va iste'mol joylariga yetkazish imkoniyati pastligidir, ya'ni temir yul o'tkazilmaganda avtomobil transportidan foydalanishga tug'ri keladi.

Dengiz transporti. Xalqaro tashishlarda eng yirik tashuvchi hisoblanadi. Uning asosiy ustunliklari-Yuk tariflarining pastligi va yuqori yuk o'tkazish qobiliyatidir.

Dengiz transportining kamchiliklariga uning past tezligini, yuklarni qadoqi va o'rnatilishiga bo'lgan qattiq talablar, jo'natishlarini kamligini kiritadilar. Dengiz transporti ob-havo va navigatsiya sharoitlariga bog'liq bo'lib, murakab port infrastrukturasini yaratishni talab qiladi.

Ichki suv transporti. Bu yerda yuk tariflari past. 100 t. dan ortiq yukni 250 km dan uzoqroq masofaga tashishda transportning bu turi eng arzon .

Havo transporti. Asosiy ustunliklari – eng yuqori tezlik, uzoq hududlarga yetib borish imkoniyati, yuklarning yuqori darajada saqlanishi.

Kamchiliklariga yuqori yuk tariflari va iqlim sharoitlariga bog'liqligi kiradi, bu esa yetkazish grafigiga rioya qilishni kamaytiradi.

Quvur transporti. Yuqori o‘tkazish qobiliyatida kam tannarxni ta’minlaydi. Transportning ushbu turiga yuklarni saqlash darajasi ham yuqori. Quvur transportning kamchiligi bu tashishga mo‘ljallangan yuklarning tor nomenklaturasi. Transport turining tanlashga ta’sir etuvchi oltita asosiy omillarni ajratadilar. 7 jadvalda ushbu omillarning har biri bo‘yicha transportning har xil turlarining bahosi berilgan. «1» ga eng yaxshi qiymat mos keladi.

Har xil omillarning muhimligining ekspert bahosi, transport turini tanlashda quyidagilarga amal qilishni muhimligini ko‘rsatadi:

- yetkazish grafigiga rioya qilish ishonchliligi.
- yetkazish vaqti.
- tashish narxi.

Ta’kidlab o‘tish kerakki 7 jadval ma’lumotlari faqatgina u yoki bu transport turini muayyan tashish sharoitlariga muvofiqligi darajasini tahliliy bahosi uchun ishlatilishi mumkin. Tanlovning to‘g‘riligi har xil transport turlari bilan tashishga bog‘liq xarajatlari tahlili asosidagi texnik –iqtisodiy hisoblar bilan tasdiqlanishi lozim.

Transport korxonalarini ko‘rsatgan xizmatlar hisobi tariflar yordamida amalga oshiriladi. Tariflar ichiga quyidagilar kiradi:

- Yukni tashish uchun olinadigan to‘lovlar.
- Yukni tashish bilan bog‘liq bo‘lgan qo‘shimcha operatsiyalar uchun yig‘ilmalar.
- To‘lov va yig‘ilmalar hisoblanish qoidalari.

Iqtisodiy kategoriya sifatida transport tariflari bu transport mahsulotiga bo‘lgan narx shaklidir. Ularning tuzilishi quyidagilarni ta’minlashi lozim:

- Transport korxonasiga ekspluatatsiya xarajatlarini va foyda olish imkoniyatlarini:
- Transport xizmatlarini xaridorga transport xarajatlarini qoplashini va foyda olish imkoniyatini.

Yuqorida aytib o‘tilganidek, tashuvchi tanlashga ta’sir etuvchi asosiy omillaridan biri bu tashish narxidir. Raqobat sharoitida yuzaga keluvchi mijoz uchun kurash transport tariflariga ham o‘zgartirish kiritadi.

Har xil yig‘imlar tarif stavkalarini mohirona boshqarilishi, yuk tashish bilan qo‘shimcha xizmatlarga (yuklarni ko‘riqlash, kuzatish,) talabni oshirishi mumkin.

Transportning har xil turlaridagi tariflar tizimlari o‘z xususiyatlariga ega. Ularning qisqacha tavsifiga to‘xtalib o‘tamiz.

7 jadval

Transport turini tanlashga ta’sir etuvchi asosiy omillar kesimida har xil transport turlarining bahosi

Transport turi	Transport turini tanlashga ta’sir etuvchi omillar					
	Etkazish vaqti	J o‘natis hlar chasto tasi	Yuk etkazish grafigiga rioya qilishning ishonchliligi	Turli yuklarni tashish qobiliyati	Yukni xududning istalgan nuqtasiga yetkaza olish	T ashish qiymati

						qobiliyati	
yo'l	Temir	3	4	3	2	2	3
	Suv	4	5	4	1	4	1
bil	Avtomo	2	2	2	3	1	4
	Quvur	5	1	1	5	5	2
	Havo	1	3	5	4	3	5

Temir yo'l transportiga yuklarning tashishni tashishining qiymatini belgilash uchun umumiy, maxsus, imtiyozli, mahalliy tariflar qo'llaniladi.

Umumiy tariflar – bu tariflarning asosiy turidir. Ularning yordamida yuklarining asosiy massasini tashish qiymati aniqlanadi.

Maxsus tariflar deb-Maxsus ustamalar yoki chegirmalar bilan umumiy tariflarni farqlanuvchi tariflarga aytiladi. Bu tariflar oshirilgan yoki kamaytirilgan bo'lishi mumkin. Ular odatda faqat muayyan yuklarga nisbatan qo'llaniladi. Maxsus tariflar tovar mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarning joylashuviga ta'sir etishiga imkon beradilar, Chunki ular yordamida qiymatlarni tartibga solish mumkin.

Imtiyozli tariflar muayyan maqsadlar uchun yuklarni tashishda o'zlariga mo'ljallangan yuklarni tashishda qo'llaniladi.

Mahalliy tariflarni ayrim temir yo'llarning boshliqlari o'rnatadi. Bu tariflar ushbu temir yo'l chegralarida amal qiluvchi yuklarni tashish uchun to'lovlar o'lchamini va turli yig'imlar stavkalarini o'z ichiga oladi. Tashish to'lovlaridan tashqari, temir yo'l yuk oluvchi va jo'natuvchilaridan yuklarning tashish bilan bog'liq qo'shimcha xizmatlar uchun ham xaq oladi. Bu to'lovlar yig'imlar deb aytiladi, va temiryo'l tomonidan quyidagi operatsiyalarni bajargani uchun olinadi:saqlash, yuk og'irligini tekshirish, vagonlarni olib kelish va olib tashlash, ortish tushirish ishlari va boshqalar.

Temir yulda yuklarni tashish to'lovlariga ta'sir etuvchi asosiy omilarni sanab o'tamiz.

Jo'natish turi. Temiryo'l bo'ylab yuk vagonli, konteynerli kichik tonnali – 25 t gacha og'irligi va hajmi yarim vagongacha, va mayda tonnajli og'irligi 10 t gacha va xajmi 1/3 vagon hajmigacha, jo'natishlar bilan jo'natilgan bo'lishi mumkin.

Tashish tezligi. Temiryo'l bo'ylab yuk: Yuk , katta yoki yo'lovchi tezligida tashilishi mumkin. Tezlik turi yuk sutkasiga necha km bosib o'tishi lozimlini belgilaydi.

Tashish masofasi. Tashish to'lovi yuk va katta tezlikda tashilganda tarif masofasi uchun, katta hajmga ega bo'lmagan yuklarni tashishda, yoki yuklarni yo'lovchi tezligida tashishda haqiqatdan bosib o'tilgan masofa uchun olinadi.

Vagon yoki konteynerlarning mansubligi. Vagon, platforma yoki konteynerni, temir yo'lni , yuk oluvchini yoki yuk jo'natuvchini mulki bo'lishi mumkin.

Tashiladigan yuk miqdori-tashish qiymatiga muxim ta'sir etuvchi omil. Avtomobil transportida yuk tashishlar qiymatini aniqlash uchun tariflarni quyidagi

turlarini qo‘llaydilar:

- yuk tashishga bo‘lgan kelishilgan tariflar.
- yuk tashishga bo‘lgan to‘lanadigan avtotonna – soat shartlaridagi tariflar.
- yuk avtomobillarini ishlatishi vaqti bo‘yicha tariflar.
- km hisobi bo‘yicha tariflar.
- harakat vositasining tarkibning boshqa joyga jo‘natish uchun tariflar.
- shartnomaviy tariflar.

Tarif to‘lovi o‘lchamiga quyidagi omillar ta’sir ko‘rsatadi.

- tashish masofasi.
- avtomobil yuk ko‘tarishini ishlatish imkoniyatini tavsiflovchi yukningt xajmi va og‘irligi.
- avtomobil yuk ko‘tara olishi.
- umumiy bosib o‘tilgan yo‘l.
- avtotomobilni ishlatish vaqti.
- avtomobil turi.
- tashish amalga oshiriladigan hudud va bir qator boshqa omillar.

Avtomobil transportidan yuklarni tashishga bo‘lgan tariflarning har biri barcha omillar yig‘indisini emas balki muayyan tashish uchun ahamiyatli bo‘lganlarinigina hisobga oladi.

Masalan: Kelishilgan tarif bo‘yicha yuklarni tashish qiymatini hisoblash uchun tashish masofasini, yuk massasini va avtomobil yuk ko‘tar olishi darajasini tavsiflovchi, yuk sinfini e’tiborga olish lozim. Yuk avtomobilalrini ishlatish vaqti tarifi bo‘yicha hisoblarni olib borishda avtomobil yuk ko‘tara olishini, avtomobildan foydalanishi vaqtini va umumiy bosib o‘tgan yo‘lini hisobga olish kerak. Barcha hollarda avtomobillardan foydalanish uchun bo‘lgan to‘lov kattaligiga, tashish amalga oshirayotgan hudud ham ta’sir ko‘rsatadi. Bu hududlar bo‘yicha yuk tashishlar tannarxi darajasidagi barqaror farqlanishlar bilan tushuntiriladi. Hududiy koeffitsentlar yordamida tarif qiymatiga o‘zgartirishlar kiritiladi.

Daryo transportida yuk tashish tariflari va qo‘shimcha xizmatlar uchun yig‘imlar bozor konyukturasini hisobga olgan xolda mustaqil ravishda belgilanadi.

Dengiz transportida yuklarni tashish uchun to‘lovlar tarif bo‘yicha, yoki FRAXT stavkasi bo‘yicha amalga oshiriladi. Agarda yuk muntazam amalga oshirilayotgan yuk oqimi bo‘yicha harakatlansa, unda tashish chiqimi kemalar yurishi tizimi bilan amalga oshiriladi. Bunda yuk jaddval bo‘yicha va e’lon qilingan tarif bo‘yicha hisoblanadi.

Yuk muntazam yuk oqimi bo‘yicha harakatlanmagan hollarda tashish FRAXT stavkasi bo‘yicha to‘lanadi. FRAXT stavkasi bozorning kon’yukturasidan kelib chiqib belgilanadi va uning tarnsport tavsiflariga yo‘nalish sharoitlariga va xarajatlariga bog‘liq.

Har kanday uskuna yoki jixozlarning unumdorligi deyilganda ularning vaqt birligida ishlab chiqargan mahsuloti tushiniladi. Avtomobillar yuk ma’lum masofaga tashib berishni hisobga olib, ularning unumdorligi vaqt birligida tashilgan yuk miqdori va tonna kilometrlarda o‘lchanuvchi transport ishidan iboratdir.

Masalan, avtomobilning yuk Bilan bir qatnovidagi yuk miqdorida o‘lchanuvchi

unumdorligi²⁸:

$$Q = q_H \cdot \gamma_{CT}, t \quad (9.1)$$

bo'lsa, tonna-kilometrda bajargan transport ishi:

$$P_{IOK} = Q_{IOK} \cdot L_{IOK}, tkm \quad (9.2)$$

iborat bo'ladi.

Aytilganlarga ko'ra, bir ish kuni davomida avtomobilning unumdorligi:

$$Q_k = Q_{IOK} \cdot Z_{IOK} = q_H \cdot \gamma_{CT} \cdot Z_{IOK}, t \quad (9.3)$$

$$P_k = P_{IOK} \cdot Z_{IOK} = q_H \cdot \gamma_s \cdot Z_{IOK} \cdot L_{IOK}, t.km \quad (9.4)$$

bo'ladi.

Bundagi Z_{yuk} – bir ish kuni davomida yukli katnovlar soni.

O'z navbatida nolinci katnovga ham sarflangan vaqtni hisobga olingan bir ish kuni davomida yukli qatnovlar soni.

$$Z_{IOK} = \frac{T_{III}}{t_{a\underline{n}}} \quad (9.5)$$

bo'ladi.

Bunda T_{ish} – avtomobilning ishda bo'li shvaqti, soat:

t_{ayl} – bir to'liq qatnov uchun zarur vaqt, soat.

Bir to'liq qatnov uchun zarur vaqt, avtomobilning yuk ortish punktidan uni tushirish punktigacha yukli qatnovi, yuk tushirish punktidan navbatdagi yuk ortish punktigacha bo'sh qatnov vaqti hamda ortish-tushirish vaqti yiqindisidan iborat bo'ladi:

$$t_{a\underline{n}} = t_k^{IOK} + t_k^{\delta,K} + t_{o-t}, \text{ soat} \quad (9.6)$$

bunda t_k^{IOK} - avtomobilning yukli qatnovi xarakat vaqti;

$t_k^{\delta,K}$ - bo'sh qatnovi xarakat vaqti;

t_{o-t} – transport vositasini yuk ortish-tushirish vaqti.

Xarakat vaqtini aniqlashlik uchun yukli va bo'sh qatnovlar masofasini, xarakat tezligiga bo'lishlik lozim:

$$t_x = \frac{l_M}{V_T} = \frac{l_{IOK} + l_{\delta K}}{V_T} = \frac{l_{IOK}}{\beta \cdot V_T}, \text{ soat} \quad (9.7)$$

Bunda t_{yuk} – avtomobilning yukli qatnovi masofasi;

$l_{b,k}$ – avtomobilning bo'sh qatnovi masofasi.

Amalda bo'sh qatnovlar avtomobilning orqasiga yoki navbatdagi ortishgacha bo'ladi;

V_t – avtomobilning texnik xarakat tezligi.

Amalda bo'sh qatnov masofasining aniq miqdoriga ko'ra, uning yukli qatnoviga nisbatan tutuvchi o'rni aniqlanishini hisobga olinib, qatnov masofalaridan unumli foydalanish, ya'ni yukli qatnov koeffitsienti ko'rsatkichidan foydalaniladi. Bu koeffitsient umum qatnovdan qay darajada unumli foydalanganini xarakterlab, uning miqdorini qatnovlar davomidagi yukli qatnovlar umumiy miqdorini, barcha masofalariga nisbati qilib aniqlaniladi va uni texnika adabiyotlarida β (betta) harfi

²⁸ Лукинский В.С. Методы и модели теории логистики. – СПб.: Питер, 2007.

bilan belgilanadi.

Agar avtomobilning yukli qatnovlar masofasi va yo‘l qatnovidan foydalanish koeffitsienti ma‘lum bo‘lsa, avtomobilning xarakat vaqtini yukli qatnovlar miqdorini, uning texnik xarakat tezligi (km/soat) va marshrutdagi yo‘ldan foydalanish koeffitsienti ko‘paytmasiga nisbati qilib aniqlanadi:

$$t_k = \frac{l_{IOK}}{\beta_M \cdot V_T} \quad (9.8)$$

bir aylanish vaqti esa:

$$t_{a\u0304\u0305n} = t_k + t_{o-t} = \frac{l_{IOK}}{\beta_M V_T} + t_{o-t} = \frac{l_{IOK} + \beta_M \cdot V_T \cdot t_{o-t}}{\beta_M \cdot V_T} \quad (9.9)$$

bo‘ladi.

Aylanish vaqt iva avtomobilning marshrutda bo‘li shvaqti (T_m) ma‘lum bo‘lsa, ish kuni davomidagi qatnovlar miqdorini quyidagi formula bilan hisoblab topish mumkin:

$$Z_{IOK} = \frac{T_M}{t_{a\u0304\u0305n}} = \frac{T_M \cdot \beta_M \cdot V_T}{l_{IOK} + \beta_M \cdot V_T \cdot t_{o-t}} \quad (9.10)$$

No‘linchi qatnovni ham hisobga olinganda

$$Z_{IOK} = \frac{T_{uu} \cdot \beta_M \cdot V_T}{l_{IOK} + \beta_M \cdot V_T \cdot t_{o-t}} \quad (9.11)$$

bo‘ladi.

Bundagi β - kun davomidagi, no‘linchi qatnovi ham hisobga oluvchi yo‘ldan foydalanish koeffitsientidir.

Demak, kun davomidagi yukli qatnovlar sonini oshirish uchun yoki avtomobilning ish kuni (i shvaqti, yoki kasr suratini) uzaytirishlik, yoki bir aylanish vaqti (kasrning mahraji)ni kamaytirish, yoki bir mahalning o‘zida kasr suratini oshirish va mahrajini kamaytirish zarur.

Tashish masofasi beridgan holda bir aylanish vaqtini kamaytirish uchun avtomobilning texnik xarakat tezligini oshirish va avtomobilning ortish va tushirish operatsiyalarida bekor turi shvaqtini kamaytirishlik lozim bo‘ladi.

Transport vositasining kunlik ish unumdorligi, bu bir qatnovda tashilgan yuk hajmi (t) va bajarilgan transport ishi (yuk oboroti) (tkm). Ular quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$Q_K = \frac{T_{III} \times q_H \times \gamma_{CT} \times \beta \times V_T}{l_{IOK} + \beta \times V_T \times t_{o-t}}, t \quad (9.12)$$

$$P_K = \frac{T_{III} \times q_H \times \gamma_{CT} \times \beta \times V_T \times l_{IOK}}{l_{IOK} + \beta \times V_T \times t_{o-t}}, tkm \quad (9.13)$$

bunda,

q_n - nominal yuk ko‘taruvchanligi;

T_{ish} - ish vaqti;

v_t - o‘rtacha texnik tezlik;

α - bosib o‘tilgan yo‘ldan foydalanish koeffitsienti;

γ_{st} - yuk ko‘taruvchanlikdan statik foydalanish koeffitsienti;

t_{o-t} - yuk ortish-tushirishda bo‘sh turish vaqti.

Inkotermsning maqsadi tashqi savdo sohasida keng qo‘llanilayotgan savdo atamalarini izohlash bo‘yicha xalqaro qoidalar to‘plami bilan ta‘minlashdan iborat. Shunday qilib, turli mamlakatlarda bunday atamalardan saqlanish yoki hech bo‘lmaganda turli talqinlar noaniqligini ma‘lum darajada qisqartitish mumkin.

Inkotermsning ta‘sir qilish sohasi oldi-sotdi shartnomasi tomonlarining sotilgan tovarlarni yetkazib berishga nisbatan (bu yerda “tovar” deganda “moddiy tovarlar” tushuniladi, bundan kompyuter dasturiy ta‘minot kabi “nomoddiy tovarlar” mustasno) huquq va majburiyatlari bilan bog‘liq masalalar bilan cheklanadi.

Amaliyotda Inkotermsni noto‘g‘ri tushunishning ikkita varianti ko‘p uchraydi. Birinchisi – bu Inkotermsni oldi-sotdi shartnomasiga emas, balki tashish shartnomasiga ko‘proq munosabatga ega sifatida noto‘g‘ri tushunish. Ikkinchisi – bu ba‘zida ular tomonlar shartnomaga kiritishni istagan barcha majburiyatlarni qamrab olishi kerak, degan tasavvurning noto‘g‘riligi hisoblanadi.

Xalqaro savdo palatasi tomonidan har doim ta‘kidlab kelinganidek, Inkoterms oldi-sotdi shartnomalari doirasidagi faqat ma‘lum jihatlarda sotuvchilar va xaridorlar o‘rtasidagi munosabatlar bilan aloqa qiladi.

Yeksportchilar va importchilar nafaqat oldi-sotdi, balki tashishlar, sug‘urta va moliyalash shartnomalari muhim bo‘lgan xalqaro sotish bitimlarini amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan turli shartnomalar o‘rtasidagi haqiqiy munosabatlarni hisobga olishi kerak. Bunda Inkoterms ushbu shartnomalarning biriga, ya‘ni aynan oldi-sotdi shartnomasiga taaluqlidir.

Inkoterms shartnomani buzish oqibatlari va turli to‘siqlar natijasida javobgarlikdan ozod etish bilan shug‘ullanmaydi. Ushbu masalalar oldi-sotdi shartnomasining boshqa shartlari va tegishli qonunlar tomonidan hal etilishi kerak.

8-jadval

INKOTERMS-2000 (Savdo atamalari tasnifi)

E guruhi	EX W	Franko zavod (.....kema nomi)
F guruhi Asosiy tashish to‘lanmagan	FCA	Franko tashuvchi (.....tayinlangan joy nomi)
	FAS	Kema borti bo‘ylab franko (.....yuklash porti nomi)
	FOB	Franko bort (.....yuklash porti nomi)
S guruhi Asosiy tashish to‘langan	CFR	Narx va yuk (.....tayinlangan port nomi)
	CIF	Narx, sug‘urta va yuk (.....tayinlangan port nomi)
	CPT	Yukni tashish gacha to‘langan (.....tayinlangan joy nomi)
	CIP	Yukni tashish va sug‘urta gacha to‘langan (.....tayinlangan joy nomi)
V guruhi yetib kelishi	DAF	Chegaragacha yetkazib berish (.....etkazib berish joyi nomi)
	DES	Kemadan yetkazib berish (.....tayinlangan port nomi)
	DEQ	Pirstandan yetkazib berish (.....tayinlangan port nomi)

	DDU	Boj to'lamasdan yetkazib berish (.....tayinlangan joy nomi)
	DDP	

Inkoterm boshidan tovarlar milliy chegaralar orqali yetkazib berilishi uchun sotilayotgan holatlarda foydalanish uchun mo'ljallangan: shunday qilib - bu xalqaro savdo atamalaridir. Biroq Inkoterm amaliyotda ko'pincha tovarlarni faqat ichki bozorlar doirasida sotish uchun shartnomalarga kiritiladi.

“E” atamasi sotuvchiga eng kam majburiyatlar yuklaydi: sotuvchi tovarni faqat xaridor ixtiyoriga kelishilgan joyda – odatda sotuvchining shaxsiy binosida taqdim etishi lozim. Ikkinchi tomondan, amaliyotda ko'p uchraydigan narsa – bu sotuvchi ko'pincha xaridorga tovarni xaridorning transport vositasiga yuklashga yordam beradi. Agarda sotuvchi majburiyatlari kengaytirilib, yuklashni ham o'z ichiga olganda, sotuvchining eXW atamasi shartlariga muvofiq eng kam majburiyatlarining an'anaviy tamoyillarini ulardan sotuvchi tovarni yuklashga nisbatan hech qanday majburiyatlarni qabul qilmagan holatlar uchun foydalanish maqsadida saqlash qarorini qabul qilinganida edi YeXW atamasi buni yaxshiroq aks ettirgan bulur edi. Mabodo xaridor sotuvchi ushbu vazifani ham bajarishini istasa, bu oldi-sotdi shartnomasida ko'rsatilishi kerak.

“F” atamasi sotuvchi tovarni xaridor ko'rsatmalariga muvofiq tashishini ko'zda tutadi. Tomonlar FCA atamasiga ko'ra yetkazib berishni amalga oshirishni ko'zda tutadigan punkt majburiyatlarning turli xilligi tufayli ushbu atama bilan tuzilgan shartnomada uchrashi mumkin bo'lgan qiyinchiliklarni yuzaga keltirdi.

Masalan, tovar xaridor tomonidan tovarni sotuvchi binosidan olib ketish uchun yuborilgan transport vositasiga ortilishi mumkin; ikkinchi holatda tovar xaridor tomonidan tovarni terminal, ya'ni xaridorga yetkazib berish uchun yuborilgan transport vositasidan tushirishni talab qilishi mumkin. Inkoterm 2000 shartnomada ko'rsatilgan yetkazib berish joyi sifatida sotuvchi binosi hisoblanib, yetkazib berish yakunlangan, tovar xaridorning transport vositasiga yuklangan holatlar shartlashgan bo'lsa, boshqa holatlarda yetkazib berish yakunlangan va tovar xaridor ixtiyoriga sotuvchi transport vositasidan tushirilmasdan yetkazib berilgan bo'lsa ushbu variantlarni hisobga oladi. Transportning turli turlari uchun qayd etilgan variantlari FCA atamasida keltirilgan.

CFR va CIF atamaları bo'yicha yetkazib berish punktlariga mos keladigan yetkazib berish punkti FOB atamasiga muvofiq ma'lum tortishuvlarga qaramasdan Inkoterm 2000da o'zgarishlarsiz qoldi. Garchi FOB atamasi bo'yicha “tovarni kema bandiga yetkazib berish” tushunchasi hozir ko'pchilik holatlarda to'g'ri kelmasligi mumkin. Biroq shunga qaramay savdogarlar tomonidan ushbu atama tushuniladi va tovarlar hamda yuklash qurilmalari hisobga olingan holda qo'llanilmoqda. yetkazib berish punktini FOB atamasiga ko'ra o'zgartirish ayniqsa dengiz yo'li bilan odatda charter-to'plarda keltiriladigan tovarlarni sotishga nisbatan keraksiz chalkashliklarni yuzaga keltiryapti.

Afsuski, FOB so'zi ayrim savdogarlar tomonidan faqatgina har qanday yetkazib berish punktini – masalan “FOB fabrika”, “ FOB zavod”, “ FOB sotuvchi zavodidan” punktlarini belgilash uchun foydalanilmoqda. Bunda “Franko bort”

qisqartma soʻz tushunchasiga eʼtibor berilmayapti. “FOB”dan bu kabi foydalanish chalkashlikni yuzaga keltirish moyilligiga ega boʻlgan vaziyatlar saqlanib qolmoqda va bundan saqlanish kerak.

“S” atamasi sotuvchiga tashishlarni oʻz hisobidan oddiy sharoitlarda tashish shartnomasini tuzishni yuklaydi. Shu bois u transport sarf-harajatlarini toʻlashi lozim boʻlgan punkt tegishli “S” atamasidan soʻng koʻrsatilishi shart. CFR va CIF atamalariga muvofiq sotuvchi tovarni sugʻurtalashi va sugʻurta harajatlarini koʻtarishi kerak. Chunki harajatlarni taqsimlash nuqtasi tovar yetkazib berilishi mumkin boʻlgan mamlakatda roʻyxatga olinadi. “S” atamasi koʻpincha yetib kelish shartnomalari bilan notoʻgʻri hisob-kitob qiladi. Bunda sotuvchi tovar kelishilgan punktgacha yetib kelmasa barcha tavakkalchilik va harajatlarni koʻtaradi. Biroq shuni taʼkidlash kerakki, “S” atamasi sotuvchi tovar yuklanadigan yoki joʻnatiladigan mamlakatda shartnomani bajarishi nuqtai nazaridan “F” atamasi ega boʻlgan xususiyatga ega boʻladi. Shunday qilib, “S” atamasiga muvofiq oldi-sotdi shartnomalari “F” atamasi boʻyicha shartnomalar kabi yuklash shartnomasi toifasiga kiradi.

Yuklash shartnomalari xususiyatida tovarlarni odatiy yoʻnalishlar boʻyicha oddiy usulda kelishilgan joygacha tashishning odatdagi transport sarf-harajatlari sotuvchi tomonidan toʻlanishi kerak. Bunda xaridor tovarni yoʻqotishi yoki aynishi boʻyicha tavakkalchilikni oʻz zimmasiga oladi, shuningdek, tovar tegishli ravishda tashish uchun yetkazib berilganidan soʻng ham ahamiyatga ega voqealar natijasida paydo boʻladigan qoʻshimcha sarf-harajatlarni koʻtaradi. Shunday qilib, “S” atamasi boshqa atamalardan oʻz ichiga ikkita “keskin” nuqtani olishi bilan ajralib turadi. Ulardan biri sotuvchi ungacha transport tashkil qilishi va tashish shartnomasiga koʻra sarf-xarajatlarni koʻtarishi kerak boʻlgan nuqta, ikkinchisi esa tavakkalchiliklardan oʻtish uchun xizmat qiladi. Shu sababli sotuvchiga majbkriyatlarini qoʻshishda imkon qadar ehtiyotkorlikka rioya qilinishi kerak. Ushbu majburiyatlar sotuvchi tavakkalchilikning yuqorida qayd etilgan nuqtadan tashqariga chiqqanda yuklatiladi. Sotuvchi tashish shartnomasini tuzib, tovarni tashuvchiga topshirib, CFR va CIF atamalariga muvofiq sugʻurtalashni taʼminlab oldi-sotdi shartnomalarini tegishli ravishda bajarganidan soʻng uni har qanday keyingi tavakkalchilik va sarf-harajatlardan xalos etish “S” atamasining mohiyati hisoblanadi.

“S” atamasining mohiyati yuklash shartnomalari singari hujjatli kreditlardan bunday holatlarda ishlatiladigan asosiy toʻlov uslubi sifatida keng foydalanish orqali izohlanishi ham mumkin. Oldi-sotdi tomonlari sotuvchi hujjatli kredit boʻyicha kelishilgan yuklash hujjatlarini taqdim etganidan soʻng haq olishini kelib oladi. Bunda hujjatli kreditning asosiy maqsadlari sotuvchi hujjatli kreditlar boʻyicha yoki tovarni yuklab, joʻnatganidan soʻng haq olganidan keyin ham tavakkalchilik va harajatlarni oʻz zimmasiga olishini toʻliq inkor etadi. Albatta, sotuvchi tashish shartnomasi boʻyicha yuk haqi oldindan toʻlangan, u yuklanganidan soʻngmi yoki tayinlangan joyda toʻlanishidani qatʼiy nazar (yuk haqi yuk oluvchi tomonidan belgilangan portda toʻlanishi kerak) barcha sarf-harajatlarni toʻlashiga toʻgʻri keladi. Biroq yuk ortilib joʻnatilganidan soʻng ahamiyatga ega voqealar natijasida paydo boʻlishi mumkin boʻlgan qoʻshimcha harajatlar xaridor tomonidan toʻlanadi.

Agarda sotuvchi o'z ichiga boj, soliq va boshqa to'lovlarni oladigan tashish shartnomasini ta'minlashi shart bo'lsa, bunday harajatlarni albatta shartnomaga ko'ra sotuvchiga yuklanadi.

Agarda odatda tovarni oraliq punktlarda tayinlangan joyga yetish uchun qayta yuklash bilan bog'liq bir qancha tashish shartnomalari tuzilsa, sotuvchi ushbu barcha sarf-harajatlarni, shuningdek, tovarni bitta transportdan boshqasiga qayta yuklash natijasida yuzaga keladigan harajatlarni ham to'lashi kerak. Biroq agarda tashuvchi o'z huquqlaridan kutilmagan to'siqlardan (masalan, muz, ish tashlash, mehnat buzilishlari, hukumat qarorlari, urush yoki harbiy harakatlar) saqlanish uchun tashish shartnomasiga muvofiq foydalansa, bundan kelib chiqadigan barcha qo'shimcha sarf-harajatlarni xaridor hisobiga yoziladi. Chunki sotuvchi majburiyatlari oddiy tashish shartnomasini ta'minlash cheklanadi.

Ko'pincha oldi-sotdi shartnomasini tuzgan tomonlar sotuvchi qay darajagacha tashish shartnomasini, qayta yuklash sarf-harajatlarni ta'minlashi kerakligini aniq aniqlashni istaydi. Negaki, bunday sarf-harajatlarni odatda tovar doimiy kema liniyalari bo'yicha tashilsa, oldi-sotdi shartnomasi ko'pincha tovar shu tarzda yoki "yuklarni reys kemalarida tashish shartlari"ga muvofiq tashilishini ko'zda tutsa, yuk hisobidan to'lanadi. Boshqa holatlarda esa CFR va CIF atamalaridan so'ng "qayta yuklashni qo'shib" so'zi qo'shiladi. Shunga qaramay, qisqartma so'zni "S" atamasidan so'ng u tegishli savdo sohasida aniq tushinilmasa va kelishayotgan tomonlar yoki tegishli qonunda yoxud savdo odatlarida qabul qilinmasa qo'shishi tavsiya etilmaydi.

Chunonchi, sotuvchi "S" atamasi xususiyatini o'zgartmasdan o'z zimmasiga tovarning mo'ljallangan joyga yetib kelishi bo'yicha hech qanday majburiyatni olmasligi kerak. Chunki tashish paytida kechikishni xaridor o'z zimmasiga oladi. Shunday qilib, har qanday majburiyat yuklash yoki jo'natish joyiga tegishlidir.

Tovar bilan savdo qilishda tovarni dengizdagiligida sotib olish hollari uchraydi. Bunday hollarda savdo shartidan so'ng "suzishda" so'zi qo'shiladi. Negaki, bunday holatlarda CFR va CIF atamalariga ko'ra tovarni yo'qotish yoki buzilish xavfi sotuvchidan xaridorga o'tgan bo'ladi, izohlashda qiyinchiliklar paydo bo'ladi. Bu borada imkoniyatlardan biri CFR va CIF atamalarini odatiy ma'nosini xavfni sotuvchi va xaridor o'rtasida taqsimlashga nisbatan saqlash hisoblanadi, ya'ni aynan xavf yuk ortilganidan so'ng. Bu xaridor oldi-sotdi shartnomasi kuchga kirganidan so'ng bo'ladigan voqealar oqibatlarini o'z zimmasiga olishga majbur bo'lishini anglatadi. Xavfning o'tish paytini aniqlaydigan ikkinchi imkoniyat yangi oldi-sotdi shartnomasini tuzish vaqti hisoblanadi. Birinchi imkoniyat haqiqatga yaqinroq, chunki odatda tovar holatini tashish paytida aniqlash mumkin. Shu sababli BMTning 1980 yildagi tovarlar bilan savdo qilish xalqaro shartnomasi to'g'risidagi Konvensiyasining 68-moddasida "agarda ahvol shuni taqozo etsa, xavf xaridor tomonidan tovar tashish shartnomasida tuzilgan hujjatni bergan tashuvchiga topshirilayotgan paytdan boshlab qabul qilinishi" ko'zda tutilgan. Biroq bu qoidada "sotuvchi tovar yo'qotilgan yoki ayniganligini bilgan yoki bilishi shart bo'lgan va bu haqda xaridorga xabar bermaganligi" istisno qilinishi mumkin. Shunday qilib, CFR va CIF atamalarini "suzishda" so'zini qo'shgan holda sharhlash mazkur oldi-sotdi shartnomasiga qo'llaniladigan qonunga bog'liq. Tomonlarga qo'llanilayotgan

qonun va har qanday qarorga ishonch hosil qilish tavsiya etiladi. Shubha tug‘ilganda esa tomonlarga ushbu masalani o‘zlarining shartnomasida aniqlashtirib olish tavsiya etiladi.

“D” atamasiga muvofiq DDPdan tashqari sotuvchi mo‘ljallangan mamlakatga import uchune tozalangan tovarni yetkazib berishga majbur emas.

An’anaviy tarzda DTQ atamasiga ko‘ra sotuvchi tovarni tozalashiga majbur, negaki ushbu tovar pristanga yuklanishi kerak va shu tarzda import qilinayotgan mamlakatga chiqib ketishi lozim. Bojxona tozalashlar tartiblaridagi o‘zgarishlar oqibatida ko‘pgina mamlakatlarda hozir manfaatdor mamlakatda muntazam yashab kelayotgan tomon tozalashni amalga oshirib, boj va yuboshqa to‘lovlarni to‘lashi maqsadga muvofiqdir. Shu sababli FAS atamasidagi o‘zgartishlar DEQ atamasiga ham kiritildi.

Ko‘pgina mamlakatlarda Inkotermga kiritilmagan savdo atamalaridan asosan yuklarni temir yo‘lda tashishlarda (franko chegara) foydalanilmoqda. Biroq bunday sharoitlarda odatda sotuvchining tovarni chegaragacha tashish paytida uni yo‘qotish yoki buzilishi bo‘yicha tavakkalchilikni o‘z zimmasiga olishi ko‘zda tutilmaydi. Ushbu holatlarda chegara ko‘rsatilgan holda SRT atamasidan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Ikkinchi tomondan esa, agarda tomonlar sotuvchi tovarni tashishda tavakkalchilikni o‘z zimmasiga olishini nazarda tutsa, bunda chegara ko‘rsatilgan holda DAF atamasidan foydalanish lozim.

AXBOROT LOGISTIKASI.

Darsning maqsadi: Axborot oqimlari tushunchasi. Axborot tizimlari. Qishloq xo‘jaligida axborot tizimlarini barpo etish tamoyillari. Global axborot texnologiyalari. Internet tizimidan foydalanish.

Darsning shakli: Amaliy mashg‘ulot savollari bo‘yicha guruh taqsimoti.

Darsning tuzilishi:

- Tashkiliy daqiqa,
- Yangi mavzu bo‘yicha guruhda ishlash,
- Guruh taqdimoti,
- Guruh ishining yakuni,
- Darsga yakun yasash va vazifa.

Moddiy oqimlarni boshqarish jarayoni asosida, logistik tizimlardagi axborotni qayta ishlash yotadi. Shunday ekan, logistikaning asosiy tushunchalaridan biri bu axborot oqimidir.

Axborot oqimi -bu logistik tizim ichida, logistik tizim va tashqi muhit orasida harakatlanuvchi, logistik operatsiyalarning boshqaruvi va nazorati uchun zarur bo‘lgan xabarlar va ma‘lumotlar yig‘indisidir. Axborot oqimi qog‘oz va elektron hujjatlar ko‘rinishida bo‘lishi mumkin.

Logistikada axborot oqimlarining quyidagi turlarini ajratadilar.

- oqim bilan bog‘lanuvchi tizimlar turiga ko‘ra: gorizontal va vertikal;
- o‘tish joyiga ko‘ra: ichki va tashqi;
- logistik tizimga nisbatan yo‘nalishiga ko‘ra: kiruvchi va chiquvchi.

Axborot oqimi joriy oqimdan oldin, u bilan birga, yoki undan keyin harakatlanishi mumkin. Bunda axborot oqimi moddiy oqim bilan bir tomonga yoki qarama-qarshi tomonga yo'naltirilgan bo'lishi ham mumkin.

- qarama-qarshi yo'nalishdagi, moddiy oqimdan oldin keluvchi axborot oqimi, odatda, buyurtma to'g'risidagi ma'lumotlardan iborat bo'lishi mumkin;

- to'g'ri yo'nalishdagi, moddiy oqimdan oldin keluvchi axborot oqimi, kelishi kutilayotgan tovarlar to'g'risidagi birlamchi ma'lumotlardan iborat bo'lishi mumkin;

- to'g'ri yo'nalishda moddiy oqim bilan birgalikdagi axborot oqimida, moddiy oqimning miqdor va sifat parametrlari to'g'risidagi axborotlar kelishi mumkin;

- qarama-qarshi yo'nalishdagi moddiy oqimdan keyin kelgan axborot oqimida, tovarlarni, moliyaviy mablag'larni qabul qilinganligi natijalari, sifati va miqdori to'g'risidagi, turli xil e'tirozlar to'g'risidagi axborotlar o'tishi mumkin.

Umuman olganda axborot oqimining harakatlanish yo'li, moddiy oqim harakati yo'nalishi bilan bir xil bo'lmasligi mumkin.

Axborot oqimi quyidagi ko'rsatkichlar bilan tavsiflanadi.

-kelib chiqish manbai;

-oqim harakati yo'nalishi;

-jo'natish va qabul qilish tezligi;

-oqim intensivligi va boshqalar.

Axborot tizimlarining shakllanishi oqimlarining ayrim ko'rsatkichlari kesimidagi tekshirishlarsiz amalga oshmaydi. Misol uchun, biror korxonani hisoblash texnikasi bilan ta'minlash masalasini, ushbu ish joyi orqali o'tadigan axborot hajmi va qayta ishlashining zaruriy tezligini bilmasdan hal qilib bo'lmaydi.

Moddiy oqimni quyidagi tarzda boshqarish mumkin:

-oqim yo'nalishini o'zgartirib;

-jo'natish tezligini, unga muvofiq bo'lgan qabul qilish tezligigacha cheklab;

-oqim hajmini ayrim bo'lim yoki tarmoqning o'tkazish qobiliyati kattaligigacha cheklab.

Axborot oqimi bir vaqt birligi ichida qayta ishlanadigan yoki o'tkaziladigan axborot miqdori bilan o'lchanadi.

Biror-bir ma'lumotdagi axborot miqdorini tashish usullari, kibernetika fanining axborot nazariyasi bo'limida o'rganiladi. Ushbu nazariyaga muvofiq axborot miqdori birligi sifatida, ikkilangan birlik –Bit qabul qilingan. Elektron hisoblash texnikasini qo'laganda axborot baytlarda o'lchanadi. Bundan kelib chiqan xolda kilobayt, megabayt va gigabaytlardan ham foydalaniladi.

Xo'jalik faoliyati amaliyotida axborot quyidagicha o'lchanishi mumkin:

-qayta ishlagan yoki uzatilgan hujjatlar miqdori bilan*

-qayta ishlanadigan yoki uzatiladigan hujjatlardagi hujjat qatorlarining umumiy soni bilan.

Shuni ham etiborga olish lozimki, iqtisodiy tizimlarda, logistik operatsiyalardan tashqari, axborot oqimi sodir bo'lishi va uzatilishi bilan kuzatiladigan, boshqa operatsiyalar ham amalga oshiriladi. Ammo logistik axborot oqimi umumiy axborot oqimining eng ahamiyatli qismini tashkil etadi. Ayniqsa ishlab chiqarish korxonalarida va ulgurji savdo korxonalarida bu xol yaqqol sezilib

turadi.

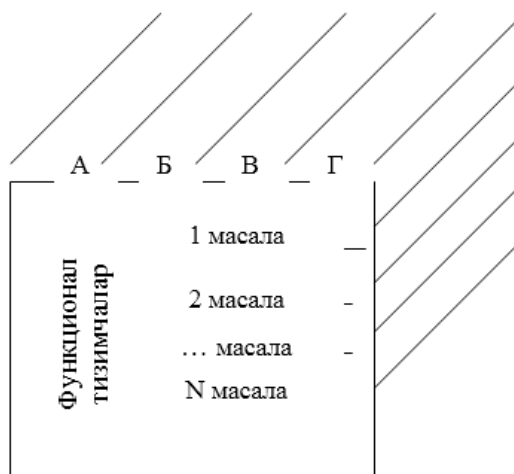
Har bir logistik tizimining muhim unsuri bo'lib, axborot o'tishi va qayta ishlanishini ta'minlovchi tizimcha xizmat qiladi. O'z navbatida bu «tizimcha» ham turli xil tizimchalardan tashkil topgan murakkab axborot tizimidan iboratdir. Boshqa tizimlar singari, axborot tizimi ham tartibli o'zaro bog'langan unsurlardan tashkil topishi va integrativ jihatlarining biror- bir birligiga, «yig'indisiga» ega bo'lishi lozim. Ko'p hollarda axborot tizimlarini ikkita tizimchaga ajratadilar: funksional va ta'minlovchi (30 - rasm)²⁹

Funksional tizimcha, maqsadning umumiyliги belgisi bo'yicha guruhlangan, yechiladigan masalalar yig'indisidan iborat. Ta'minlovchi tizim esa, o'z navbatida, quyidagi unsurlarni o'z ichiga oladi:

-texnik ta'minot, ya'ni axborot oqimlarini qayta ishlashni va uzatishni ta'minlovchi texnik vositalari yig'indisi;

-axborot ta'minoti, u o'z ichiga turli ma'lumotlar, klassifikatorlar, kodifikatorlar, ma'lumotlarni rasmiy izohlash vositalarini oladi;

-matematik ta'minot, ya'ni funksional masalalarni yechishning uslublari yig'indisi.



Shartli belgilar:

A- texnik ta'minot

B- axborot ta'minoti

V- matematik ta'minot

G- boshqa ta'minot vositalari

30.-Rasm. Axborot tizimi tuzilmasi

Logistik axborot tizimlari, odatda logistik jarayonlarni boshqarishning avtomatlashtirilgan tizimi sifatida namoyon bo'ladilar. Shuning uchun ham logistik axborot tizimlaridagi matematik ta'minot – bu dasturlar majmui va moddiy oqimlar boshqaruvi masalalari yechilishini, matnlarni qayta ishlashni, so'rov ma'lumotlarini olishni va texnik vositalar amal qilishini ta'minlovchi dasturlash vositalari yig'indisidir.

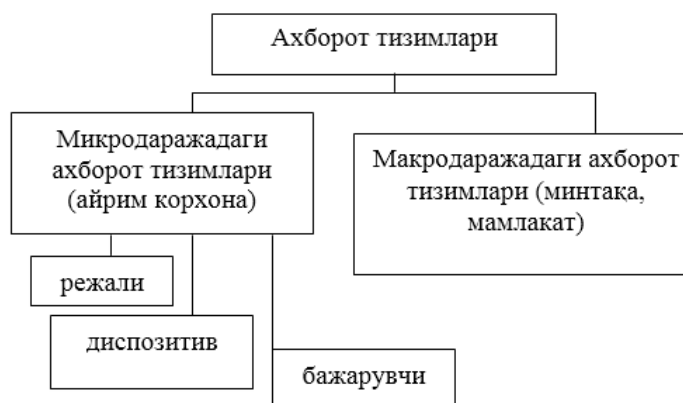
Logistikaning axborot tizimlaridagi unsurlar orasidagi aloqalarni tashkil

²⁹ Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. – 472 с.

etilishi, ana'naviy ahborot tizimlarinikidan sezilarli ravishda farq qilishi mumkin. Logistikada axborot tizimlari barcha unsurlarni har tomonlama integratsiyasini, ta'minlashlari lozim. «Logistik tizimlarning axborot texnik ta'minoti, axborot jihatlari va uni qayta ishlashning texnik vositalari to'plami bilan emas, balki ularni barpo etish uchun qo'llaniladigan uslublar va tamoyillar bilan farq qiladi».

Axborot tizimi ta'rifini quyidagicha ifodalash mumkin: axborot tizimi – bu u yoki bu funksional masalalar (logistikada – moddiy oqimlarni boshqarish bo'yicha masalalar) yechimini ta'minlovchi, o'zaro bog'langan hisoblash texnikasi vositalarining muayyan tarzda tashkil etilgan yig'indisi birligidir. *Logistikada axborot tizimlari turlari*

Logistikada axborot tizimlari ayrim korxonada miqyosidagi moddiy oqimlarni boshqarish maqsadida, yoki mintaqada, mamlakat va hattoki mamlakatlarda guruhlarida hududidagi logistik jarayonlarni tashkil etishga yordam berish uchun tashkil etilishlari mumkin. (31- rasm).



31-Rasm. Logistikada qo'llaniladigan axborot tizimlari turlari

Ayrim korxonada miqyosidagi axborot tizimlarini o'z navbatida uch guruhga ajratadilar:

- rejali;
- dispozitiv (yoki dispetcherlik);
- bajaruvchi (yoki operativ).

Har xil guruhlariga mansub bo'lgan logistik axborot tizimlari, o'zlarining funksional va ta'minlovchi tizimchalari bilan farqlanadilar. Ta'minlovchi tizimchalar o'zlarining barcha unsurlari, ya'ni texnik, axborot va matematik ta'minoti bilan bir-biridan farq qilishlari mumkin. Ayrim axborot tizimlarining xususiyatlariga batafsil to'xtalib o'tamiz.

Rejali axborot tizimlari. Bu tizimlar boshqaruvning ma'muriy darajasida (bosqichida) barpo etiladilar va strategik uzoq muddatli qarorlarni qabul qilishga yordam beradilar. yechiladigan masalalar orasida quyidagilar bo'lishi mumkin:

- logistik zanjir bo'g'inlarini yaratish va ularni optimallashtirish;
- shartli-muntazam, ya'ni kam o'zgaradigan ma'lumotlarni boshqarish;
- ishlab chiqarishni rejalashtirish;
- zaxiralarni umumiy boshqaruvini amalga oshirish;
- rezervlarni boshqarish va boshqa masalalar.

Dispozitiv axborot tizimlari. Bu tizimlar ombor yoki sexni boshqarish darajasida (bosqichida) barpo etiladilar va logistik tizimlarning yaxshi yo‘lga qo‘yilgan ishini ta‘minlash uchun xizmat qiladilar. Bunda quyidagi masalalar o‘z yechimini topishlari mumkin:

- zaxiralarni (omborga qo‘yishni) ... boshqarish;
- ombor (q.x. korxonasi) ichidagi transportni boshqarish;
- buyurtmalar bo‘yicha yuklarni tanlash, butlash, jo‘natiladiganlarini hisobga olish va boshqalar.

Boshqaruvchi axborot tizimlari ma‘muriy yoki operativ boshqaruv darajasida (bosqichida) barpo etiladilar. Bu tizimlarda axborotlarni qayta ishlanishi, ularni eHMga kelib tushishi tezligida amalga oshiriladi. Bu ishlarning barchasi birdaniga amalga oshiriladi, hamda ishlab chiqarish va xizmatlarining hozirgi holati to‘g‘risida ma‘lumot olish, hamda boshqaruv ob‘ektlariga nisbatan tadbirlarni o‘z vaqtida o‘tkazish imkonini beradi. Ushbu tizimlar moddiy oqimlar nazorati, ishlab chiqarishga xizmat ko‘rsatishni operativ boshqaruvi, harakatlanishlar boshqarilishi va boshqalar bilan bog‘liq bo‘lgan turli xildagi masalalarni yechishlari mumkin.

Yuqorida aytib o‘tilganidek, ta‘minlovchi tizimchalarda ham farqlar mavjud. Rejali, dispozitiv va bajaruvchi axborot tizimchalari dasturiy ta‘minotining tavsifiy xususiyatlariga batafsil to‘xtalib o‘tamiz.

Moddiy oqimlarni boshqarishning ko‘p bosqichli avtomatlashgan tizimlarini yaratish, dasturiy ta‘minot ishlab chiqish sohasidagi katta xarajatlar bilan bog‘liqdir. Dasturiy ta‘minot bir tomondan tizimning ko‘p funksionalliligini, ikkinchi tomondan esa uning yuqori darajadagi integratsiyasini ta‘minlashi lozim. Shu munosabat bilan, logistika sohasida boshqaruvning avtomatlashgan tizimlarini yaratishda nisbatan arzon bo‘lgan, mahalliy sharoitlarga moslashgan, standart dasturiy ta‘minotni ishlatish imkoniyatlari izlanishi kerak.

Hozirgi kunda yetarlicha takomillashgan dasturlar paketlari yaratilmoqda. Ammo ular axborot tizimlarining barcha turlarida qo‘llanilavermaydi. Bu moddiy oqimlar boshqaruvida yechiladigan masalalarning standartlashish darajasiga bog‘liq.

Rejali axborot tizimlaridagi masalalarni yechishda standartlashish darajasi eng yuqori, bu esa standart dasturiy ta‘minotni deyarli qiyinchiliklarsiz moslashtirish imkonini beradi. Dispozitiv axborot tizimlarida standart dasturlar paketini moslashtirish imkoniyati past. Bu bir qator sabablarga bog‘liq:

-korxonalaridagi ishlab chiqarish jarayoni tarixan shakllanib kelgan va biror-bir o‘zgarishlar kiritish juda qiyin kechadi;

-turli foydalanuvchilardagi qayta ishlanadigan ma‘lumotlar tuzilmasi keskin farqlanadi.

Bajaruvchi axborot tizimlaridagi boshqaruvning operativ darajasida, ko‘p hollarda, individual dasturiy ta‘minot qo‘llaniladi.

Logistik zanjirning har bir bo‘g‘ini orqali katta miqdordagi tovar birliklari o‘tadi. Har bir bo‘g‘in ichida ham tovarlar bir necha marta saqlash va qayta ishlash joylari bo‘ylab harakatlanadilar. «Tovarlar harakatining butun tizimi – bu uzluksiz harakatdagi diskret oqimlardir, ularning tezligi ishlab chiqarish salohiyatiga, yetkazishlar muntazamligiga, mavjud zaxiralar o‘lchamlariga, va shuningdek

realizatsiya va iste'mol tezligiga bog'liqdir.» Bunday dinamik logistik tizimni samarali boshqarish imkoniyatiga ega bo'lish uchun unga kiruvchi va undan chiquvchi, hamda uni ichida aylanib turuvchi moddiy oqimlarning assortimenti to'g'risidagi axborotga doimiy ravishda ega bo'lish zarur.

Chet el tajribalariga qaraganda, bu muammoni yechish uchun moddiy oqim bilan bo'lgan logistik operatsiyalarda alohida yuk birligini aniqlash qobiliyatiga ega bo'lgan mikroprotsessorli texnikani ishlatish zarur. Gap, albatta, turli xildagi shtrix-kodlarni «o'qiy oladigan» uskunalar xaqida. Ushbu uskunalar, logistik operatsiya xaqidagi axborotni, u amalga oshirilayotgan vaqtda va joyda – xo'jaliklar, sanoat korxonalari, ulgurji bazalar, do'konlar omborlarida, transportda – olish imkonini beradilar. Olingan axborot vaqtning real miqyosida qayta ishlanadi, bu esa boshqaruv tizimiga optimal muddatlarda javob qaytarish imkonini beradi.

MOLIYAVIY LOGISTIKA

Reja:

- 4. Moliyaviy logistika oqimlari tushunchasi, mohiyati va tasnifi.**
- 5. Moliyaviy oqimlarni boshqarish. Raqobatbardosh iqtisodiy oqimlar va ularni logistizatsiyalash.**
- 6. Logistikada iqtisodiy-matematik modellashtirish.**

1. Moliyaviy logistik oqimlar tushunchasi, mohiyati va tasnifi.

Logistikada moddiy oqimlarga moliyaviy xizmat ko'rsatishning asosiy maqsadi ularning harakatini eng samarali moliyaviy manbalardan foydalangan holda kerakli miqdorda, kerakli muddatda moliyaviy resurslar bilan ta'minlash hisoblanadi. Hech bo'lmaganda bunday holatda har bir moddiy oqimga o'zining yagona moliyaviy oqimi to'g'ri keladi.

Shakllanayotgan va rivojlanayotgan bozor iqtisodiyoti sharoitlarida tovar oqimlarining harakati samaradorligini oshirish ko'pincha ularga moliyaviy xizmat ko'rsatishni yaxshilash hisobidan erishiladi. Bu esa o'z navbatida logistik moliyaviy oqimlarni ajratish va o'rganish zaruratini yuzaga keltiradi.

Tovar oqimlariga moliyaviy xizmat ko'rsatish mexanizmi ayni paytda hali unchalik o'rganilmagan soha hisoblanadi va ko'plab masalalarga turlicha qarashlar mavjud. Shuningdek, bunday tafovut moliyaviy oqimlar mohiyatini aniqlashda ham kuzatiladi. Mazkur muammoni o'rganishda ikkita asosiy yondoshuvni ajratish mumkin:

1. moliyaviy oqim deganda moliyaviy mablag'larning makro va mikrologistik muhitdagi har qanday ko'chishi tushuniladi;
2. moliyaviy mablag'larning faqat logistik tizimlar yoki ular o'rtasidagi harakati.

Birinchi nuqtai nazarga amal qiladigan olimlar moliyaviy oqim mohiyatini avvalambor, moliyaviy mablag'lar umumiylikining vaqtidagi o'zgarishlari bilan bog'laydi. Masalan, makroiqtisodiy nazariya bo'yicha katta mutaxassis hisoblangan Lourens Xarris oqim va zahira tushunchalari o'rtasida farqni quyidagicha tushuntiradi: "Zahiraning o'zgaruvchanligi faqatgina ma'lum bir paytda aniqlanishi

mumkin, uning hajmi esa vaqt ko‘lamiga ega emas. Oqimning o‘zgaruvchanligi esa faqat davriy aylanish (vaholanki ushbu davr juda kam bo‘lishi mumkin) sifatida aniqlanishi mumkin, uning hajmi vaqt o‘lchamiga ega”.

Ushbu nuqtai nazar A.V.Popov tomonidan ko‘rib chiqilmoqda. Muallifning fikricha, pul oqimi harakatni, ya’ni korxonada pul oqimlarining kelishi va ketishini ifoda etadi.

Oqimning hajmi har qanday vaqt oralig‘iga mo‘ljallanishi va ushbu davrda amalga oshirilgan pul mablag‘larining kelib tushishi hamda to‘lovlariga teng bo‘lishi mumkin.

Ikkinchi nuqtai nazarga amal qiluvchi olimlar hozircha moliyaviy oqim mohiyatiga nisbatan yagona fikrga kelganicha yo‘q. Ko‘pchilik olimlar moliyaviy oqimni tijorat logistikada boshqaruv ob‘ektining tarkibiy qismi sifatida ko‘rib chiqadi. Masalan, A.U.Albekov va D.D.Kostoglodov o‘zlarining o‘quv qo‘llanmasida O.A.Novikov va S.A.Uvarov kabi olimlarning qarashlarini ko‘rib chiqadi. Ushbu olimlar “korxonaning moliyaviy yutug‘i faqatgina moddiy resurslar harkati bilan ta’minlanishi mumkin emas, tijorat logistikada boshqaruv ob‘ekti moddiy resurslar, xizmatlar va moliya jammuljamligi hisoblanadi”, deb hisoblaydi. B.K.Plotkin ham xuddi shunday fikrda. U logistik konsepsiya mohiyatini tadqiq etar ekan, “mazkur konsepsiya tovar ishlab chiqarish sharoitlarida moddiy resurslarning harakati tabiiy-ashyoviy shaklda moliyaviy mablag‘lar harakatini keltirib chiqaradi va ushbu harakat bilan kechishiga asoslanadi. Buning ustiga har ikki oqim ham dialektik birlikda bo‘ladi. Shunday qilib tijorat logistikasida bir butun ob‘ekt - tovarlar+pul yoki mahsulot+moliya boshqaruv ob‘ekti hisoblanadi”, deb ta’kidlagan.

Logistikada moliyaviy oqimlar mohiyati va o‘lmiga nisbatan Ye.V.Nushtaeva ham o‘z nuqtai nazarini keltiradi. U moddiy resurslar harakatini logistik tizim doirasida boshqarish zarurligini ushbu harakatni ta’minlovchi moliyaviy resurslarni boshqarish bilan chambarchas bog‘liqlikka asoslaydi. Shu sababli Ye.V.Patusheva “moliyaviy resurs”, “kapital” va “moliyaviy oqim” kabi tushunchalar mohiyatini ko‘rib chiqadi. Muallifning fikriga ko‘ra, moliyaviy resurs - bu xo‘jalik yuritish sub‘ekti ixtiyoridagi pul mablag‘lari, kapital - bu oborotga yo‘naltirilgan va shu oborotdan foyda keltiradigan moliyaviy resurslarning bir qismi, **moliyaviy oqim** - bu moliyaviy resurslarning logistik tizimda va ular o‘rtasida moddiy oqimlar harakatini ta’minlash uchun kerak bo‘lgan yo‘naltirilgan harakati.

Shunday qilib, logistik moliyaviy oqimlar tovar oqimlarining samarali o‘tishi uchun yaratiladi va foydalaniladi. Bunda ularning xususiyatlari birinchi galda aynan tegishli moddiy oqimning kenglik va vaqt bo‘ylab ko‘chishi jarayoniga xizmat ko‘rsatishdan iborat.

Demak, **logistik moliyaviy oqim** - bu moliyaviy mablag‘larning logistik tizim, shuningdek, muayyan moddiy oqimning samarali harakatini ta’minlash uchun zarur bo‘lgan logistik tizim va tashqi muhit o‘rtasida aylanib yuradigan yo‘ltirilgan harakatidir.

Logistik moliyaviy oqimlar tarkibi, harakat yo‘nalishlari, belgilangan maqsad va boshqa qator belgilar bo‘yicha bir xil emas. Logistik moliyaviy oqimlarni eng samarali boshqaruv usulini aniqlash ehtiyoji ularni batafsil tasniflashga sabab

bo‘ladi. Logistikada moliyaviy oqimlari tasniflash uchun quyidagi asosiy belgilar ajratilgan (35-rasm).

1. Logistik tizimga nisbatan quyidagilar farqlanadi:

-tashqi muhitda mavjud, ya’ni logistik tizimning ko‘rib chiyotgan chegarasidan tashqaridagi tashqi moliyaviy oqimlar;

-logistik tizim ichidagi va moddiy oqimlarga mos keladigan qator logistik operatsiyalarni bajarish hisobidan turini o‘zgartiruvchi ichki moliyaviy oqimlar.

2. Tashqi logistik moliyaviy oqimlar harakat yo‘nalishi bo‘yicha quyidagilarga bo‘linadi:

-kiruvchi, ya’ni bunda moliyaviy oqim ko‘rib chiqilayotgan logistik tizimga tashi muhitdan kelib tushadi;

-chiquvchi moliyaviy oqim o‘z harakatini ko‘rib chiqilayotgan logistik tizimdan boshlaydi va tashqi muhitda mavjudligini davom ettiradi.



35-rasm. Logistikada moliyaviy oqimlarning tasnifli chizmasi.

3. Logistik moliyaviy oqimlar belgilangan maqsadi bo‘yicha quyidagi guruhlarga bo‘linadi:

-tovarlar sotib olish jarayoni bilan bog‘liq moliyaviy oqimlar;

-investitsiyaviy moliyaviy oqimlar;

-ishchi kuchini ishlab chiqarish bo‘yicha moliyaviy oqimlar;

-korxonalarining ishlab chiqarish jarayonida moddiy sarf-harajatlarni shakllantirish bilan bog‘liq moliyaviy oqimlar;

-tovarlarni sotish jarayonida yuzaga keladigan moliyaviy oqimlar.

4. Logistik moliyaviy oqimlar tovarlarga bo‘nak qimaytiga o‘tkazish uslubi bo‘yicha quyidagilarga bo‘linadi:

-korxonaning asosiy jamg‘armalari harakatiga hamrohlik qiladigan (ularga investitsiyaviy moliyaviy oqimlar va moddiy harajatlarni shakllantirish bilan bog‘liq qisman moliyaviy oqimlar kiradi);

-korxonaning aylanma mablag‘lari harakati bilan bog‘liq (ularga moliyaviy oqimlarni belgilangan maqsad bo‘yicha tasniflashda ajratilgan moliyaviy oqimlarning barcha qolgan guruhlari kiradi).

5. Logistikada barcha moliyaviy oqimlarni hisob-kitoblarning qo‘llanilayotgan shakllaridan qat’i nazar ikkita katta guruhga tabaqalashtirish mumkin:

-so‘m va valyuta hisob-kitobi bo‘yicha naqd moliyaviy resurslar oqimiga bo‘linadigan naqd moliyaviy mablag‘lar harakatini ta’riflaydigan moliyaviy pul oqimlar;

-axborot-moliya oqimlari naqd pulsiz moliyaviy mablag‘lar harakati bilan bog‘liq bo‘lib, ularga to‘lov topshiriqlari, hisob-kitob cheklari hisob-kitob qilish bo‘yicha naqd pulsiz moliyaviy resurslar kiradi. Naqd pulsiz hisob-kitoblarni tashkil etishda to‘lov hujjatlari harakati to‘g‘risidagi axborot oqimi bir xil yo‘nalishga va tovar oqimi bilan paydo bo‘lish manbaiga ega. Bunda moliyaviy oqim o‘zining bevosita harakatini banklarning korxonaxaridor va korxonasotuvchi vakolatli bo‘limlari o‘rtasida amalga oshiradi va tovar oqimiga nisbatan qarshi yo‘nalishga egadir. Tovar, axborot va moliyaviy oqimlar harakatining umumiy chizmasi barcha oqim jarayonlari boshlanishining bir-biriga mosligi hisobga olingan holda keltirilgan. Biroq naqd pulsiz hisob-kitoblarning har qanday mo‘ayyan shakli mahsulot, to‘lov hujjatlari va pul harakatining o‘z navbatini ko‘zda tutadi.

-hisobga olish-moliyaviy oqimlar tovarlarni ishlab chiqarishda yoki bo‘nak qiymatini ko‘paytirish bosqichida xizmat ko‘rsatishda paydo bo‘ladi. Bo‘nak qiymatini ko‘paytirish deganda tijorat tashkilotining ishlab chiqarish jarayonida moddiy harajatlarni shakllantirish jarayoni tushuniladi.

Moliyaviy resurslarning mazkur jarayon doirasidagi harakatini esa logistik hisobga olish-moliyaviy oqim ifodalaydi.

6. Xo‘jalik aloqalari turlari bo‘yicha quyidagilar farqlanadi:

-tadbirkorlik faoliyatining teng huquqli sub’ektlari o‘rtasidagi moliyaviy mablag‘lar harakatini aks ettiruvchi gorizontal moliyaviy oqimlar;

-sho‘ba va bosh tijorat tashkilotlari o‘rtasida o‘tadigan vertikal moliyaviy oqimlar.

Zamonaviy moliya bozorini rivojlantirishning shakli va yo‘nalishlarining xilma-xilligi, shuningdek, uning O‘zbekistonda bozor munosabatlarini barqarorlashtirish sharoitlarida faoliyat yuritish mexanizmining o‘ziga xos xususiyati tovar oqimlari harakatiga moliyaviy xizmat ko‘rsatishda qimmatli qog‘ozlar va ularning hosila vositalaridan keng foydalanish imkoniyatini yuzaga keltiradi. Shuni ta’kidlash kerakki, fond bozori vositalarini samarali qo‘llash

moliyaviy oqimlarni optimallashtirishdan tashqari korxonalar sotuvchi va korxonalar xaridor xo'jalik faoliyatining samarali ko'rsatkichlarini ancha yaxshilash imkonini beradi. Birinchi navbatda, bu xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning soliq to'lovlarini minimallashtirish orqali sof foyda olishni ko'paytirishni yaxshilashga ta'aluqli. Ayni paytda ularni pasaytirish uchun davlat qimmatli qog'ozlarining ayrim turlari va turli emitentlar vekselarini chiqarish hamda muomalaga kiritish imkoniyatlaridan foydalanish mumkin. Ushbu sohada O.A.Novikov, S.A.Uvarov kabi olimlar korxonalarining soliq solinadigan bazalarini fond bozorlarining qayd etilgan vositalarini qo'llagan holda kamaytirishning mavjud chizmalaridan ba'zilarini ko'rib chiqmoqda. Odatda sotib oluvchi korxonalar oldi-sotdi bitimlarini moliyaviy ta'minlashda ularning tijorat banklarida hisob-raqamlarida to'plangan pul mablag'laridan foydalanadi. Ayni paytda ular uchun quyidagi chizmalarni qo'llash samaraliroq bo'lishi mumkin (2-rasm): sotib oluvchi korxonalar o'zining mavjud pul mablag'larini imtiyozli soliq solish ko'zida tutilgan qimmatli qog'ozlar (masalan, davlat yoki mahalliy qisqa muddatli obligatsiyalar) sotib olishga yo'naltiradi, kerakli tovarlar sotib olish uchun esa tijorat bankdan kredit oladi. Bunday holatda kredit bo'yicha qonunchilik tomonidan belgilangan stavkalar doirasidagi foizlar ishlab chiqarish va tovarlar aylanishiga ketadigan harajatlar tarkibida hisobga olinadi, sotib olingan qimmatli qog'ozlar bo'yicha olingan daromadlar esa alohida hisobga olinadi va imtiyozli soliq solinadi.

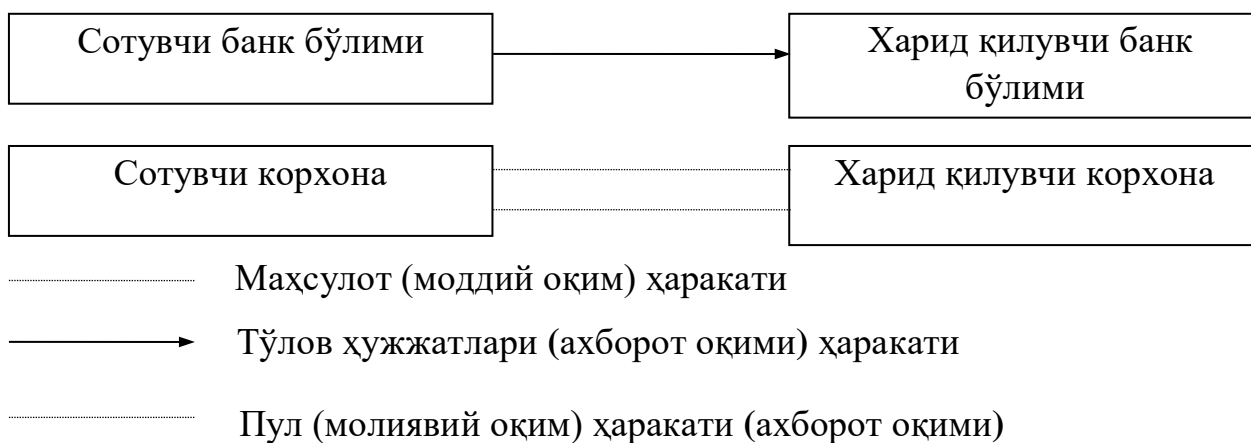
Ko'rib chiqilgan chizmalarni sotib oluvchi korxonaning amaliy faoliyatida samarali qo'llash uchun qo'shimcha omillar, ya'ni kredit qiymati va uni qaytarish muddati, davlat yoki mahalliy obligatsiyalarni sotib olishda tijorat banking vositachilik miqdori, pul mablag'larini o'tkazish muddati, qimmatli qog'ozlar bozorining faoliyat yuritish qonunchiligi va hokazolarni hisobga olish zarur. Sanab o'tilgan omillarni fond bozorida ishlaydigan va uni biladigan konyutera o'zgarishini aytib berish qobiliyatiga ega mutaxassislarining ishtirokisiz har tomonlama tahlil qilib bo'lmaydi. Bunday mutaxassislarining tajribasi ko'p holatlarda taklif etilgan chizma uning 30 kun mobaynida umumiy davom etishida ijobiy natija berishini ko'rsatadi.

Sotib oluvchi korxonadan sotib olish operatsiyalari samaradorligini oshirish uchun davlat va mahalliy qimmatli qog'ozlardan foydalanish sharoitlarida tovar hamda moliyaviy oqimlarning harakati 36-rasmda keltirilgan.

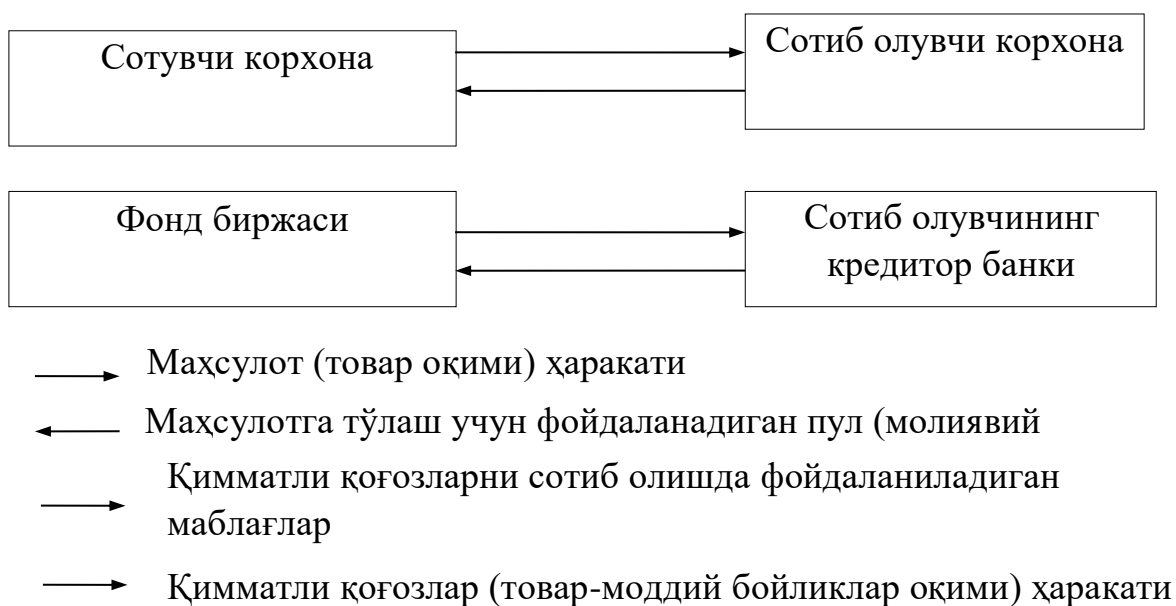
Oqim jarayonlari chizmasi sotib oluvchi korxonadan hisob-raqami ochilgan tijorat banki ushbu korxonadan uchun bir vaqtning o'zida kreditor-bank hisoblanishi to'g'risidagi taklifdan kelib chiqqan holda soddalashtirildi. Haqiqatda esa bunday holat har doim ham uchramasada, eng qulay hisoblanishi mumkin (36-rasm).



36-rasm.Товар va moliyaviy oqimlar harakatining oddiy chizmasi.



37-rasm. Naqd hisob-kitoblarni amalga oshirishda tovar, axborot va moliyaviy oqimlar harakatining umumiy chizmasi.

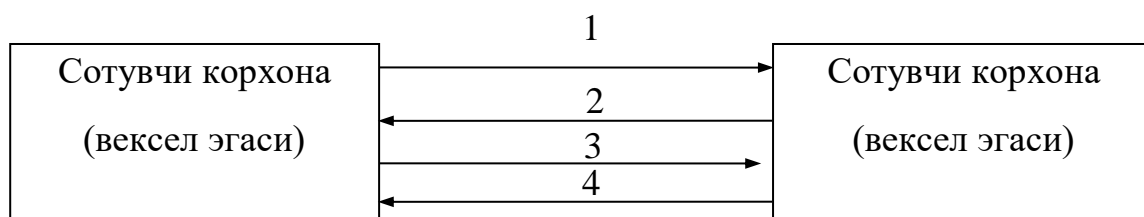


38-rasm. Sotib oluvchi korxonadan soliq to'lovlarini minimallashtirishda tovar va moliyaviy oqimlar harakatining namunaviy chizmasi.

Chizma tahlil shuni ko'rsatadiki, logistik moliyaviy oqim (ya'ni asosiy tovar oqimi - tovar-moddiy boyliklar oqimi harakati bilan bog'liq moliyaviy oqim) tashkil topish manbalari bo'yicha tijorat bankining kredit resurslari hisobidan tashkil topgani bois qarz hisoblanadi. Ayni paytda sotib oluvchi korxonaga o'z pul mablag'laridan davlat yoki mahalliy qimmatli qog'ozlar sotib olish uchun foydalanadi. Bu esa logistik moliyaviy oqimlarga hamrohlik qiladigan 2-moliyaviy oqimni shakllantiradi. Qimmatli qog'ozlarning harakati o'z navbatida, ular tovarlar hisoblagani bois yangi tovar oqimi - tovar-nomoddiy boyliklar oqimining paydo bo'lishiga olib keladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, yuqorida qayd etilgan tovar oqimlarini har birini alohida yoki birgalikda optimallashtirish mumkin. Biroq faqat ikkinchi holatda oqimlar jarayonini boshqarishda logistik yondoshuvdan foydalanish mo'ayyan korxonaga uchun katta iqtisodiy samara keltiradi.

Korxonalarining xo'jalik faoliyatida davlat va mahalliy qimmatli qog'ozlardan tashqari ularning soliq to'lovlarini minimallashtirish maqsadida foizli va diskont vekselar qo'llanishi mumkin. Ularning muomalada bo'lishi moliyaviy oqimlar harakati chizmasini sezilarli tarzda o'zgartiradi.



1- Маҳсулот (товар оқими) ҳаракати

2- сотувчи харидорга вексел беради

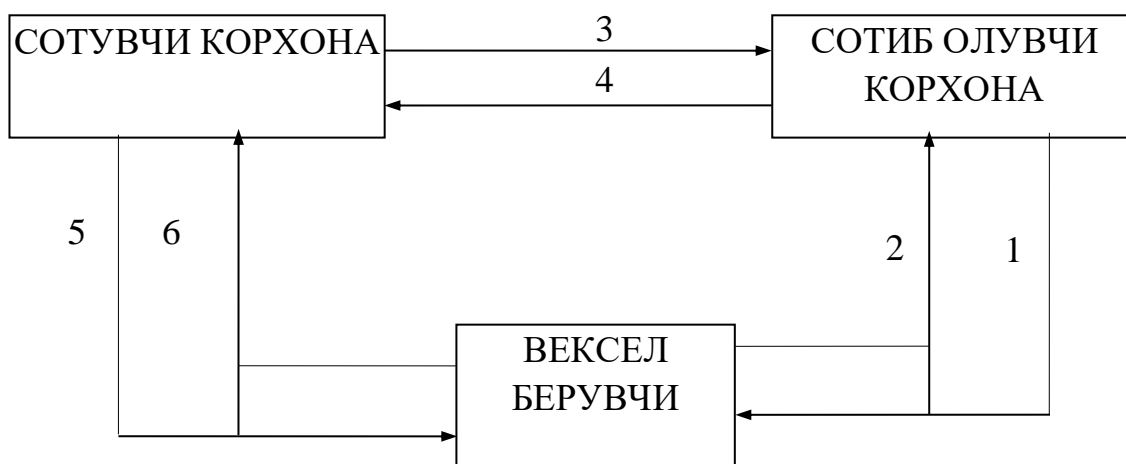
3- сотувчи векселни белгиланган муддатда тўлов учун

39-rasm. Oddiy vekseldan foydalanishda oqimlar jarayonlar chizmasi.

Masalan, hisob-kitoblarda oddiy foizli vekseldan foydalanilganda tovarlar yetkazib berish uchun to'lov summasi ikki qismga- veksel nominali va veksel foizlariga bo'linadi. Bu esa tovarlar narxini pasaytirish va oborot soliqlarini kamaytirish imkonini beradi. Sotuvchi korxonaga oddiy foizli veksel yozdirgan sotib oluvchi korxonaga uchun veksel nominali xarid qilingan tovarlar narxini, uning foizlari esa ishlab chiqarish va muomala harajatlari tarkibida to'liq hisobga olinadigan to'lovni kechiktirilgani uchun to'lovni aks ettiradi. O'z navbatida tovarlari uchun ana shunday vekseldan ega bo'lgan sotuvchi uchun faqat veksel nominaligina qo'shimcha qiymat va oborotdagi boshqa soliqlar sifatida olinadi, uning foizi esa qimmatli qog'ozlar bo'yicha daromadlarda hisobga olinadi. Ayni paytda bunday daromad bo'yicha 15 foiz soliq to'lanadi. Oddiy foizli vekseldan foydalanishda tovar va moliyaviy oqimlar harakati tartibi 5-rasmda keltirilgan.

Keyingi paytda qimmatli qog'ozlar bozorida odatda mahsulot yetkazib berishni tashkil etishda o'zaro hisob-kitoblarni yaxshilash uchun qo'llaniladigan turli emitentlarning o'tkaziladigan diskont vekselari keng tarqalgan. O'tkazish vekselini nominal qiymatdan past narxda sotib olish veksel beruvchi korxonalar bilan uning tovarlari va xizmatlari uchun hisob-kitob qilishda ma'lum miqdordagi pul mablag'larini tejash imkoniyatini yuzaga keltiradi. Bundan tashqari, veksel beruvchidan qarzdor korxonalar uning vekselarini uchinchi shaxsdan bajonidil qabul qiladi (o'z tovarlarini yetkazib berganligi uchun to'lov sifatida) va ulardan qarzlarini so'ndirish uchun foydalanadi. Biroq o'tkazish vekselidan foydalanishdalogistik tovar oqimiga moliyaviy yordam ko'rsatish mexanizmi yanada murakkablashadi. Bu holatda moliyaviy oqim xarakati **40-rasmda** keltirilgan chizmadagim ko'rinishda ega bo'ladi.

Logistik moliyaviy oqim o'tazish vekselini qo'llashda oddiy vekselidan foydalanishda tovar oqimiga moliyaviy xizmat ko'rsatish mexanizmi bilan taqqoslanganda faqat o'tkazish vekseli muomalasi bo'yicha barcha ko'rsatilgan operatsiyalar bajarilgandagina ana shunday hisoblanadi. Buning ustiga vekselni qaytarish veksel beruvchi tomonidan belgilangan muddatda pul mablag'larini to'lash va kontragentlar o'rtasida mavjud majburiyatlar hisob-kitobi orqali ham amalga oshirilishi mumkin.



- 1-Маҳсулот сотувчи томонидан ўтказиш векселини харид қилишда фойдаланиладиган маблағлар ҳаракати
- 2-Харидорга ўтказиш векселини бериш
- 3- Маҳсулот (товар оқими) ҳаракати

40-rasm. O'tkazish vekselidan foydalanishda tovar va moliyaviy oqimlar harakati chizmasi.

Moddiy oqimlarga xizmat ko'rsatishning moliyaviy mexanizmini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, birinchidan, logistik moliyaviy oqimning mavjudligi birinchi navbatda ularga xizmat ko'rsatayotgan moddiy oqimning mavjudligi bilan bog'liq, ikkinchidan, moliyaviy oqimlarning yo'nalishi, hajmi, paydo bo'lish manbai va

harakati boshlash vaqti tovar sotuvchi va xaridor tomonidan o'zaro kelishilgan hamda oldi-sotdi shartnomasida ko'zda tutilgan hisob-kitob shakliga bog'liq, uchinchidan, keyingi paytda keng tarqalgan tovar sotuvchi va xaridor o'rtasida o'zaro hisob-kitoblarni optimallashtirish uchun turli qimmatli qog'ozlar turlaridan foydalanish amaliyoti bir tomondan tovar oqimlariga moliyaviy xizmat ko'rsatish mexanizmini ancha murakkablashtirgan bo'lsa, ikkinchi tomondan uni qo'llash samaradorligini oshirdi.

Logistika va moliyaviy rejalashtirish sohasida tadqiqotlar bilan shug'ullanuvchi olimlar fikriga ko'ra, qimmatli qog'ozlardan foydalangan holda o'zaro hisob-kitoblar chizmasining mo'ayyan shartlariga rioya qilish tovar yetkazib berish uchun to'lanadigan to'lovlar summasining 10 foizdan 30 foizigacha tejab qolish imkonini beradi.

Shuni hisobga olish kerakki, tovar oqimlariga moliyaviy xizmat ko'rsatishning mexanizmi xo'jalik aloqalarining xususiyatlariga ham bog'liq, ya'ni:

- bevosita (mahsulotni sotib oluvchi va sotuvchi o'rtasida bevosita o'rnatiladi) va bivosita (tijorat vositachi ishtirokida o'rnatiladi) aloqalar. Logistik tizimda uchinchi sub'ekt, ya'ni tijorat vositachisining borligi bilan aniqlanadigan bivosita xo'jalik aloqalarining o'ziga xos xususiyati logistik vositalarni mahsulotning ishlab chiqaruvchi korxonalaridan iste'molchi korxonalariga harkatini tashkil etish hamda xizmat ko'rsatish bo'yicha vositachilik xizmatlarini ko'rsatish sohasida qo'llash xususiyatlarini takshirish zarurligini yuzaga keltiradi.

2. Raqobat iqtisodiy oqimlar va ularning logistizatsiyasi.

Bozor turidagi iqtisodiy oqimlar M.Porter tomonidan batafsil tekshirilgan raqobatning beshta ta'siri ostida tovar va xizmatlarning raqobat oqimlariga aylanmoqda. Shu nuqtai nazardan tovar va xizmatlarning quyidagi oqimlarini raqobatchi deyish mumkin:

- raqobatchi firmalar tomonidan ishlab chiqilishi mumkini bo'lgan o'xshash tovarlar va xizmatlar oqimi;

- o'zaro raqobatlasha oladigan o'rnini bosuvchi (substitlar) tovar va xizmatlar oqimi;

- tovar ishlab chiqaruvchilar foydalanish uchun raqobatlashadigan moddiy-texnika resurslari oqimi;

- iste'molchilarning tovar va xizmatlar bozoridagi raqobatlashayotgan to'lovga layoqatli ehtiyojlari oqimi;

- shakllangan bozordagi tovarlar va xizmatlarning raqobat takliflari oqimi.

Bu va boshqa iqtisodiy oqimlarni logistik tashkil etish ko'pincha raqobatning ijobiy salohiyatini oshirgan holda, salbiy raqobat ta'sirini bartaraf etishga yordam beradi.

Raqobat muhitida iqtisodiy oqimlarni tizimli optimallashtirish logistika vositalaridan foydalanish logistik zanjir ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini qo'shilishini ta'minlashni ko'zda tutadi.

Ayni paytda iqtisodiy oqimda har doim ishtirokchilar o'rtasida kelishuvni izlash va o'rnatish asosida iqtisodiy manfaatlarni birlashtirish imkoniyati yotadi.

Xususan, ana shu haqda A.I.Semenko “logistik yondoshuvning paydo bo‘lishi va undan samarali foydalanish” sharoitlarini tekshirishda yozadi va ular quyidagilardan iborat:

- oqimli jarayonning tashkiliy yaxlitligi;
- oqimli jarayonning texnologik yaxlitligi;
- tovar ayriboshlash va qayta ishlab chiqarishning oqimli jarayonlarining iqtisodiy yaxlitligi;
- oqimli jarayonlarning axborot yaxlitligi.

Alohida firma iqtisodiy oqimining tashkiliy yaxlitligini ta’minlash uchun uning barcha ishtirokchilari manfaatlarini umumiy boshqaruv tizimini tashkil etish orqali tashkiliy va funksional asoslangan logistik markaz yoki logistik zanjir ishtirokchilaridan birining iqtisodiy oqimlarni boshqarish bo‘yicha vakolatini berish shaklida kelishtirishni talab etiladi. Birinchi va ikkinchi holatda ham o‘zaro kelishuv kelinishi aniq va raqobat muhitida antagonistik ziddiyatlarni olib tashlanadi.

Logistika nafaqat moddiy oqimlar, balki iqtisodiy oqimlar bilan ish olib boradi. Bu borada A.I.Semenko logistikani quyidagicha ta’riflaydi: “Logistika bu yangi ilmiy yo‘nalish bo‘lib, uning asosiy vazifasi iqtisodiy oqimlarni, shu jumladan ishlab chiqarish-tijorat (tadbirkorlik) faoliyati, tijorat va boshqa shakllardagi oqimli jarayonlarni mufassal tashkiliy-tahliliy optimallashtirish hisoblanadi”. Iqtisodiy oqimning firma tomonidan asoslangan va tashkil etilgan batafsil ta’rifi “Marketing va firma logistikasi” o‘quv qo‘llanmasi mualliflari tomonidan taklif etilgan. Ular firmaning iqtisodiy oqimlarini “umumfirma maqsadlariga erishish uchun firmaning shaxsiy, qarz olingan va jalb qilingan resurslari harkatining o‘zaro bog‘liq va zaro asoslangan jarayonlar” sifatida ta’riflaydi. Firma iqtisodiy oqimlarining barcha turlari 1-javaldan keltirilgan.

Raqobatdagi iqtisodiy oqimlarni logistizatsiyalash - bu logistik zanjirlar ishtirokchilari o‘rtasida har bir iqtisodiy oqim harajatlari va natijalari bo‘yicha kelishuvlarni doimiy izlash demakdir.

Shunday qilib, raqobatdagi iqtisodiy oqimlar bu:

- iqtisodiy oqimlar harakati amalga oshiriladigan logistik zanjirlar (kanallar) ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini qo‘shilganligi;
- logistik tizimda iqtisodiy oqimlarni optimallashtirish va oqilona tashkil etish uchun yaratilayotgan iqtisodiy o‘zaro kelishuvlarni o‘rnatish;
- bozorning tashkiliy va iqtisodiy mustaqil sub’ektlari resurslarini ulardan iqtisodiy oqimlarda samarali foydalanish uchun kooperatsiyalash.

Bunda shuni esda saqlash kerakki, logistika raqobatni umuman bartaraf etmaydi, balki faqat insofsiz raqobat maydonini cheklaydi va raqobat kurashini logistik tizim tashqarisiga o‘tkazadi. Logistikning mazkur xususiyati avtomatik tarzda amalga oshirilmaydi va o‘zini qulay tashqi muhitda, ya’ni jamiyatning nisbatan iqtisodiy va siyosiy barqarorligida to‘liq namoyon qiladi.

10-jadval

Firmaning iqtisodiy oqimlarining tasnifi

Tasnifiy belgisi	Oqimlar
------------------	---------

Firmaga munosabat	Tashqi Firma ichidagi
Iqtisodiy tabiat	Moddiy Moliyaviy Mehnat Axborot
Ishlab chiqarish bosqichlari	Sotib olish (ta'minot) Ishlab chiqarish ichidagi Taqsimlash (sotish)
Boshqaruvchanlik darajasi	Firmaga bog'liq Firmaga bog'liq bo'lmagan
Bog'liqlik darajasi	Bog'liq Bog'liq bo'lmagan
Tarqatish ko'lami	Mikro oqimlar Makro oqimlar
Logistizatsiya xususiyati	Logistizatsiyalanmagan Qisman logistizatsiyalangan To'liq logistizatsiyalangan

Insofsiz raqobatdan uzoqlashgan holda, faqat raqobatdagi iqtisodiy oqimlarga ularni optimallashtirish va oqilona tashkil etishning yetarli darajada logistik imkoniyatiga ega, degan xulosaga kelish mumkin. Bunda raqobatdagi iqtisodiy oqimlar harakati amalga oshiriladigan logistik zanjirlar (kanallar) ishtirokchilari aholiqining quyidagi asosiy turlarini ajratish mumkin:

- umumtuzim foydalar ishtirokchilarning xudbin maqsadlaridan ustun kelganda iqtisodiy manfaatlarni birlashtirishga asoslangan kooperativ ahloq;

- ishtirokchilar o'rtasida ularning bir-biriga o'zaro ko'nikishi asosida kelishuvlarni doimiy izlashni nazarda tutadigan moslashuvchan ahloq;

- ishtirokchilar tomonidan o'zlarining qonuniy huquqlarining bir qismini yanada yuqori umumtuzim samaraga ega bo'lish uchun ixtiyoriy berishini ko'zda tutadigan korporativ ahloq;

- tovarlar bozorida ustunlik qiluvchi firmalardan birining ishtirokchisini yoki ishlab chiqarish omillarini majburiy jalb etadigan jahldorlik ahloqi.

Har qanday holatda ham ya'ni raqobatdagi iqtisodiy oqimlarni logistizatsiyalash jarayonini tashabbus qiladigan logistik zanjir (kanal) ishtirokchisi bo'lmish firma quyidagi qator talablarga javob berishi kerak. Ushbu talablarni shartli ravishda ikki guruhga ajratish mumkin: 1) tashqi (raqobat) muhitiga moslashish qobiliyati; 2) o'zining iqtisodiy salohiyatini oshirish imkoniyati. Birinchi guruhga odatda quyidagilar kiradi:

- tashqi muhitni, iqtisodiy oqimlarda raqobat kuchlarini marketing va logistik tahlil qobiliyati;

- iqtisodiy oqimlarda logistik va raqobat muammolarini o'z vaqtida aniqlash qobiliyati;

- bozor talablari va iqtisodiy oqimlarda raqobat takliflariga bir xil moslashish qobiliyati;

- firma va logistik zanjirning (kanal) boshqa ishtirokchilarining raqobat imkoniyatlarini oshirish imkonini beradigan marketing, logistik va boshqa iqtisodiy yangiliklarni joriy qilish qobiliyati;

- raqobatdagi iqtisodiy oqimlarni qamrab oladigan logistik tizimlar ishlashini shakllantirish va tashkil etish qobiliyati.

O'z iqtisodiy salohiyatini oshirish imkoniyatlariga kelsak, ular quyidagilarga tenglashtirilishi mumkin:

- nobarqaror iqtisodiy konyutura sharoitida firmaning barqarorligini ta'minlash imkonini beradigan moliyaviy imkoniyatlar;

- logistik zanjir ishtirokchilari texnika va texnologiyasini birlashtirish uchun kerakli shart-sharoitlar yaratadigan texnika-texnologik imkoniyatlar;

- raqobatdagi iqtisodiy oqimlarda logistik yangiliklarni tatbiqni muvaffaqiyatli ishlab chiqish va amalga oshirish imkonini beradigan intellektual imkoniyatlar;

- axborot texnologiyalarini yaratishdan tortib yagona axborot muhitini shakllantirish uchun kerakli sharoitlar yaratadigan axborot imkoniyatlari.

Raqobatchilikda firmaning (korporatsiya) logistik ustuvorligi deganda logistik salohiyatdan firma ichidagi (korporativlar ichidagi) va tashqi iqtisodiy oqimlarda yanada to'liqroq va samaraliroq foydalanish tushuniladi. Umuman olganda ushbu ustuvorliklar quyidagicha tavsiflanadi:

- xo'jalik aloqalari bo'yicha kontragent, shuningdek, yetkazib beruvchilar, kreditorlar, tijorat vositachilari, iste'molchilar va boshqalarni muvaffaqiyatli tanlash;

- tayyor mahsulot va xizmatlar tovar harakatini taqsimlash va tashkil etishning eng maqbul kanallarini topish;

- eng ma'qul logistik zanjirlar va operatsiyalarni modellashtirish va amalga oshirish;

- barcha iqtisodiy oqimlarda resursni tejash strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish uchun eng qulaysharoitlar yaratish;

- logistik tizimlarning barcha ishtirokchilarining iqtisodiy manfaatlarini birlashtirish va boshqalar.

Bu va boshqa logistik afzalliklar firmaning logistika vositalaridan kompleks tarzda foydalanish hisobidan o'ziga xos integral raqobat imkoniyatini shakllantiradi. Raqobat ustuvorligi va firma raqobatbardoshligining asosiy tizimni tashkil etuvchi logistika omili uning integral imkoniyati hisoblanadi. Bu borada quyidagi tamoyillarni ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir:

- strategik rivojlanish maqsadlariga javob beradigan samarali va moslashuvchan (rivojlangan va ixtisoslashgan) tashkilotni tashkil etish;

- funksional faoliyatning samarali uyg'un birligi va balansligini (ixtisoslashganligi va rivojlanganligi) ta'minlash;

- rivojlanishning yuqori (ustunlik) salohiyatiga (ixtisoslashganligi va rivojlanganligi), barqaror va uzoq muddatli raqobat ustuvorligiga, ya'ni

raqobatbardoshlikka ega sotuvchilar, yetkazib beruvchilar bilan xo‘jalik aloqalari hamda ishblarmonlik munosabatlarni o‘rnatish, qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish;

-xaridorlar va iste‘molchilar bilan xo‘jalik aloqalari va ishblarmonlik munosabatlarni o‘rnatish, qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish;

-rivojlanishning yuqori (ustunlik) salohiyatiga (ixtisoslashganligi, rivojlanganligi va talabchanligi), va yuksak raqobatbardoshlikka ega vositachi (tijorat) tashkilotlar bilan xo‘jalik aloqalari hamda ishblarmonlik munosabatlarni o‘rnatish, qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish;

-yuqori rivojlanish salohiyati va taqlid qilish emas, balki taqqoslash hamda qo‘llab-quvvatlash uchun ma‘lum bir standar sifatidagi yuqori raqobatbardoshlikka ega taniqli raqobatchilar bilan raqobatning keskinligi va jadalligi.

Firmaning raqobat imkoniyatining logistika va barcha omillarning ta‘siri ostida muntazam ma‘lum bir davriylik bilan ko‘rinishi o‘zgaradi. Odatda raqobat imkoniyatining davrlari firma raqobatbardoshligini ifodalaydigan tovar va boshqa yangiliklarni joriy qilishning hayotiy davrlariga deyarli o‘xshash. Shundan kelib chiqqan holda, firma raqobatbardoshligi hayotiy davrining beshta bosqichini aniqlash mumkin:

-yuzaga kelish, ya‘ni sezilarli darajada raqobat ustunligiga ega tovar yoki boshqa yangilikning paydo bo‘lishi sababli firmaning raqobat imkoniyati shakllana boshlaydi;

-firmaning raqobat ustunligi o‘shishini tezlashtirish;

-firmaning raqobat ustunligi o‘shishini sekinlashtirish;

-firmaning raqobat ustunligining yetukligi raqobat imkoniyatini xo‘jalik aylanmasiga jalb qilish natijasida boshlanadi;

-firma raqobat ustunligining pasayishi odatda ko‘proq ustunlikka ega raqobatchilar ta‘sirida sodir bo‘ladi.

Raqobat ustunligi qancha ko‘p saqlansa, firma yangiliklarni, shuningdek, iqtisodiy oqimlarni logistizatsiyalashni shuncha ko‘p muvaffaqiyatli amalga oshiradi va raqobatni buzgan holda, vaqtinchalik monopoliyani sun‘iy yaratadi.

Muhokama uchun savollar

- 1.Transport logistikasining mohiyati va vazifalari nimalardan iborat.
- 2.Qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish jarayonlarida transport vositalarining turlarini va sonini tanlash.
- 3.Transport tariflari va ularni qo‘llash qoidalari.
- 4.Logistik zanjirning harajatlarini aniqlash tartibi.
- 5.Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini yetkazib beruvchilarini tanlash tartibi.
- 6.Qishloq xo‘jalik mahsulotlarini tashishda mahsulot yo‘qotishlari.
- 7.Transport vositasining kunlik ish unumdorligi ifodalang va izoh bering
- 8.Inkoterms-2000 shartlari nimalardan iborat va uning maqsadi nima.
- 9.Qishloq xo‘jaligini boshqarishda axborot logistikasi
- 10.Axborot oqimlari tushunchasi
- 11.Axborot tizimlari

12. Qishloq xo'jaligida axborot tizimlarini barpo etish prinsiplari
13. Axborot texnologiyalaridan agrar sohada foydalanish imkoniyatlari.
14. Shtrix-kodlarni avtomatik aniqlash usullarini qo'llash
15. Axborot oqimlari. Ularning roli va ahamiyati.
16. Axborot logistikasi nima?
17. Axborot oqimlarining namoyon bo'lish shakli.
18. Axborot oqimlari tasnifi.
19. Axborot oqimlarini boshqarish mohiyati.
20. Logistikada axborot tizimining ahamiyati.
21. Logistik axborot tizimlar qanday guruhlarga bo'linadi?
22. Axborot jarayonlarining turlari.
23. EHM bazasida logistik axborot tizimlarini tuzishning asosiy tartiblari.
24. Axborot tizimlari qanday miqdor ko'rsatkichlari bilan ifodalanadi?
25. "Moliyaviy oqim" tushunchasi mohiyatini tushuntirib bering.
25. Moliyaviy oqim tushunchasini ta'riflang.
26. "Moliyaviy resurs" va "kapital" tushunchalari nimani anglatadi?
27. Moliyaviy oqimlar tasnifini ifodalang.
28. Raqobat oqimlar mohiyatini tushuntirib bering.
29. Raqobatdagi iqtisodiy oqimlar logistikasi nima degani?
30. Korxonaning iqtisodiy oqimlari tasnifini ifodalang.
31. Raqobatdagi iqtisodiy oqimlar harakati amalga oshiriladigan logistik zanjir ishtirokchilari hulqining asosiy turlarini tushuntirib bering.
32. Raqobat ustunligini logistikatsiyalash mohiyati nimadan iborat?

5-MAVZU. LOGISTIK XIZMAT KO'RSATISH TIZIMIDA TOVAR BELGILARI VA SERTIFIKATSIYALASHNI TASHKIL ETISH.

1. Darsning maqsadi: Logistik xizmat ko'rsatish majmuida tovar belgilari, tovar belgisini tanlash va ishlab chiqish, tovarga uzoq muddatli qulaylikni yaratish bo'yicha zamonaviy texnologiyalar, iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va tovarlar hamda xizmatlarni sertifikatsiyalash.

Darsning shakli: Amaliy mashg'ulot savollari bo'yicha guruh taqsimoti.

Darsning tuzilishi:

- Tashkiliy daqiqa,
- Yangi mavzu bo'yicha guruhda ishlash,
- Guruh taqdimoti,
- Guruh ishining yakuni,
- Darsga yakun yasash va vazifa.

2. Logistik xizmat ko'rsatish majmuida tovar belgilari.
3. Tovar belgisini tanlash va ishlab chiqish.

5. Tovarga uzoq muddatli qulaylikni yaratish bo'yicha zamonaviy texnologiyalar.

6. Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va tovarlar hamda xizmatlarni sertifikatsiyalash.

1. Logistik servis majmuida tovar belgisi.

Yaqin-yaqingacha iste'molchilar mahalliy mahsulotlar qadog'ida ba'zida bor bo'lgan va logistik servis tizimini shakllantirgan tovar markasi, belgisi, boshqa tovar va korxonalariga unchalik alohida e'tibor bermasdi. Tovar taqchilligi esa xaridorga tovarni tanlash, sotishlarni axborot bilan ta'minlashda injiqlik qilish imkonini bermasdi, tanlashning o'zi esa mahsulot turi va narxiga nisbatan juda ahamiyatsiz edi. Bosh ustiga qadoqdagi tovarning reklama-axborot ta'minoti ham soddalashtirilgan edi: unda tovarning tayyorlangan muddati, foydalanish vaqti, tayyorlovchi va mintaqa bahosi ko'rsatilar edi, xolos.

Bozor munosabatiga o'tish iste'molchidan tovarga nisbatan munosabatning yuzaga kelgan bir xilligini qayta ko'rib chiqishni talab qildi, tayyorlovchi korxonalariga esa raqobat sharoitida iste'molchilar xulq-atvori asoslarini hisobga olish va bozorning an'anaviy usullari yordamida tovar hamda korxonalar uchun o'zining shaxsiy individual imijini shakllantirishga to'g'ri keldi.

Iste'molchilarning asosli xususiyatlarini hisobga olish ularni ko'p sonli parametrlar bo'yicha tabaqalashtiradi. Ushbu parametrlardan biri – bu iste'molchilarning yangi tovar va qadoqdagi tovarning marka xususiyatlariga moslashuvchanligi bo'yicha segmentatsiyalash hisoblanadi.

Iste'molchilarga kam harajat bilan xizmat ko'rsatishning yuqori darajasini ta'minlaydigan tovar harakatining samarali tizimini yaratish, undan oqilona foydalanish shakli logistikaning muhim vazifasi sanaladi. Logistika tizimi turli korxonalarni boshqarishda keng qo'llanilmoqda. Ushbu tizim taqsimlash kanalini tanlash va shakllantirishda korxonaning marketing strategiyasini ishlab chiqish asosiga poydevor qo'yadi.

Marketing nazariyasi iste'molchilarni tovarni qabul qilishga moslashishi bo'yicha quyidagi o'ziga xos guruhlariga bo'ladi va ushbu tovarning u yoki bu bozor uchun son nisbatini va tovar guruhlarini oldindan taxmin qilish, keyinchalik esa sotilayotgan tovar siyosati asosida tuzatish maqsadga muvofiqdir:

-novatorlar – tavakkalchilikka, tajribaga moyil, odatda o'z imkoniyatlarini eksklyuziv va korxonalar tovarlarini, ko'pincha import tovarlarni sotib olishda amalga oshiruvchi yuqori ijtimoiy maqom va yuqori darajali daromadga ega iste'molchilar toifasiga kiradigan shaxslar;

-yangi tovarga tez ko'nikadigan, tavakkalchilikka unchalik moyil bo'lmagan, o'ylab ish tutadigan va nozik tabiatli, biroq ijtimoiy xususiyatlari bo'yicha yuqoridagi guruhga o'xshash odamlar;

-yangi tovarga oson ko'nikadigan, tavakkalchilikka moyil bo'lmagan, ehtiyotkor, tovarlar, ularning xususiyatlarini puxta o'rganadigan, undagi marka va axborotni sinchkovlik bilan tekshiradigan iste'molchilarning kichik guruhi;

-yangi tovarga asta-sekin ko'nikadigan, tovarni xarid qilishda o'ta ehtiyotkor, barcha yangiliklarga mutaasib (konservativ), o'zgarishlarni ma'qullamaydigan,

taqlidga moyil, odatda kam daromad va unchalik obro'li kasbga ega bo'lmagan iste'molchilarning katta guruhi;

-retrograd, ya'ni o'ta qoloq - har qanday o'zgarishga juda salbiy qaraydigan, yetarli darajada tasavvurga ega bo'lmagan, yangi tovarga ta'sirchansiz iste'molchilar.

Xaridorlarning u yoki bu o'ziga xos xususiyatlarini bilish va hisobga olish qobiliyati sotuvchiga ularni ushbu mahsulot aynan kerak bo'lgan mahsulot ekanligini va uni xarid qilib to'g'ri qilayotganini dalillar bilan ishontirish imkonini beradi. Tayyorlovchi va sotuvchi ushbu murakkab vazifani u yoki bu reklama vositalari yordamida hal etishi mumkin. Uning eng muhim elementlaridan biri – bu tovar belgisidir.

Tovar belgisi va xizmat ko'rsatish belgisi – bu bitta yuridik yoki jismoniy shaxslarning tovar va xizmatlarini boshqa yuridik yoxud jismoniy shaxslarning shu kabi tovarlaridan ajratib turuvchi belgilardir. Bu borada O'zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomi to'g'risida”gi qonuni chiqarilgan.

Tovar belgisi bozor munosabatlarining kerakli elementi, logistik servis xizmat ko'rsatishning esa eng muhim elementlaridan biri sanaladi va uni iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda ko'pincha “gapirmas sotuvchi” deyishadi. Jahon amaliyotida tovar belgisi sug'urta polisi yoki aksiya singari bozorning o'ziga xos xususiyatiga aylandi.

Birinchi tovar belgilarining paydo bo'lishi o'rta asrlarda ro'yxatga olingan. O'sha paytda hunarmandlar va savdogarlar birlashmasi (gildiya) har bir tovar tayyorlovchidan mahsulotga tegishli belgi qo'yishni talab etardi. Bundan bir yo'la bir qancha maqsad ko'zlangan:

-ishlab chiqarilgan tovar muallifligi kuzatilgan;

-tovar soni nazorat qilingan, bu soliq harakatlarini yengillashtirgan;

-tovar sifati nazorat qilingan, bu tayyorlovchiga e'tiroz bildirish imkonini bergan;

-taniqli ustalarning mahsulotini soxtalashtirish, qalbaki ishlab chiqarishga to'siqlar qo'yish. Ayniqsa azaldanoq dori-darmon ishlab chiqaruvchilar mahsulot markasiga nisbatan o'ta talabchan bo'lgan.

Tovarni markalash tarixi har bir mamlakatda o'z milliy ildizi va xususiyatlariga ega. Biroq ko'pchilik mualliflar tovarni markalash haqidagi dastlabki mulohazalar eng qadimgi davrga taaluqli deb hisoblaydi: masalan, Nineviya g'ishtlari, qadimgi Gresiya sopoli va Rim suv o'tkazgich quvurlaridagi tamg'alar.

Tovar markasi – bu bozorda turli sotuvchilar tomonidan taklif etiladigan mahsulot yoki xizmatni identifikatsiya qiluvchi nom, belgi, ramz (rasm) yoxud ularning majmuidir. Markalarni belgilashning to'rtta turi ma'lum.

Savdo belgisi – bu jonlantirilgan tovar markasi.

2. Tovar belgisini tanlash va ishlab chiqish.

Tovar belgilarining bir qancha muqobil, kengroq tarqalgan, ya'ni og'zaki, tasvirlovchi, birlashtirilgan, hajmli, tovushli va ularning birikkan turlari mavjud.

Umuman olganda, jahon va mahalliy amaliyotda tovar belgilarining nihoyatda ko'plab turlari, shu jumladan quyidagilar ham ma'lum:

- harakatlanuvchi, ya'ni harakatni takrorlovchi belgi;
- bir qancha elementlardan tashkil topgan kompleksli (murakkab) belgi;
- hid sezuvchi belgi- hid sezish organlari uchun mo'ljallangan;
- tasvirlovchi belgi– tovarni yoki uning biron-bir xususiyati, shuningdek, uni tayyorlovchiga taaluqli xususiyatini aks ettiruvchi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi;
- plastik - sinonimi hajmli belgi;
- ikki o'lchamda mavjud bo'lgan tekis belgi;
- bitta elementdan iborat oddiy belgi;
- keng - sinonimi hajmli belgi;
- tekislikda qavariq yoki botiq elementlar tuzilishini ifoda etuvchi burttirilgan belgi;
- yorug'likka mo'ljallangan yorug'lik belgisi;
- murakkab – sinonimi kompleksli belgi;
- uch o'lchovli – sinonimi hajmli belgi;
- rangli ko'rinishda ro'yxatga olingan rangli belgi;
- oq-qora ko'rinishda ro'yxatga olingan oq-qora belgi.

Tovar belgisining u yoki bu turini tanlashda tovar belgisining kuchi kabi o'ziga xos toifani hisobga olish darkor. Tovar belgisi kuchi deganda esa, uning reklama qobiliyati, ya'ni xotirada mustahkam o'rnatilish qolish va ma'lum bir tovar yoki korxonaga bilan birga qo'shilish imkoniyati tushuniladi. Ayrim mutaxassislar bu borada juda muhim bo'lgan qo'shimcha – belgining himoyalash qobiliyati mezonini joriy qilmoqda. Biroq iste'molchi nuqtai nazaridan bu ikkilamchi ma'noga ham ega, chunki mahsulot tozaligi bo'yicha tovar belgisiga egalik qiluvchi korxonaga javob beradi. Bundan tashqari, tovar belgisining asosi, ya'ni qabul qilishning iste'molchi uchun ma'qul turi hisobga olingan holda, tovar belgisining qabul qilinish qobiliyati kabi toifani ham esdan chiqarmaslik kerak. Qabul qilishning quyidagi turlari mavjud: vizual (ko'zga tashlanadigan), ovozli (fonetik), hid sezish, semantik (ma'noviy, sermazmun) va boshqalar.

Og'zaki tovar belgilari harflar, hattoki ayrim so'zlar birikmasini ifoda etadi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, dunyoning turli mamlakatlari tadbirkorlari an'anaviy tarzda ushbu turni ma'qul ko'radi. Xorijlik mutaxassislarining guvohlik berishicha, G'arb tijorat olamida barcha tovar belgilarining 80 foizga yaqini og'zaki ramzlar yordamida tayyorlangan. Og'zaki tovar belgisini yaratish va takror ishlab chiqish oson. Negaki, u odatda kompaniyaning korxonaga nomi yoki uning ta'asischilari bilan bevosita bog'liq. Bundan tashqari, eng asosiysi – og'zaki tovar belgisi iste'molchilar tomonidan oson qabul qilinadi va o'zlashtiriladi. Tovar belgisi mahsulotning haqiqiy tamg'asi (brend) hisoblanadi va u bir turdagi buyumlar bozorida korxonaga tovarlarini ajratib turadi hamda ularni markalanmagan tovarlarga qaraganda 20-40 foizga qimmatga sotish imkonini beradi. Ayni paytda mahsulotda tovar belgisining bo'lmasligi, noma'lumligi uning narxini 10-20 foizga tushiradi.

Logotip – bu korxonaga yoki uning tovarlari guruhining to'liq yoxud qisqartirilgan nomining maxsus ishlab chiqilgan va o'ziga xos shakli.

Korxonalar bloki – bu kompozitsiyada birlashgan tovar belgisi va logotip, shuningdek, turli tushuntirish yozuvlari, ko‘pincha korxonalar shiori.

Korxonalar shiori – bu korxonaning asosiy g‘oyasini aks ettiruvchi chiroyli, qisqa tuzilgan shior. Masalan, “Nyu-York tayms” gazetasining korxonalar shiori “Barcha yangiliklar chop etishga loyiq”.

Korxonalar konstantlari – bu korxonalar tomonidan hajmlar bozorida ishlashda qat‘iy rioya qilinadigan konstantlar, matnni sahifalash tizimi, bezaklar taqdim etish va boshqalar.

Korxonalar rangi – bu korxonalar tomonidan qabul qilingan va qat‘i amal qilinadigan rang yoki ranglar birligi.

Shriftlarning korxonalar komplekti – bu korxonalar tomonidan tovar belgisini, buyumning haqiqiylikini aniqlaydigan yoki qayd etadigan boshqa nomlari, kompozitsiyalarini chizishda ishlatiladigan shrift.

Yuqorida qayd etilgan barcha tarkibiy elementlar korxonalar usuli, ya‘ni usullar majumini (grafik, til, rangli) shakllantiradi. Bu bir tomondan korxonalar buyumlarining ayrim birligini ta‘minlaydi, ikkinchi tomondan korxonalar va uning mahsulotlarini raqib hamda uning tovarlariga qarshi qo‘yadi.

Belgilashni (tovar belgisini) ishlab chiqishda unga qo‘yilayotgan quyidagi talablarni hisobga olish kerak:

- 4) patent va huquqiy;
- 5) reklama va ruhiy;
- 6) konstruktorlik va texnologik.

Patent va huquq talablari. Belgilash himoyalash qobiliyatiga, ya‘ni uni tovar belgisi sifatida ro‘yxatga olish, shuningdek, tovar belgisidan tovarlarning ma‘lum turi uchun foydalanishda uchinchi shaxslarning bir-biriga aynan o‘xshaydigan tovar belgilariga bo‘lgan huquqlarini buzmasligi maqsadida yangilik va ajratish qobiliyatiga ega bo‘lishi kerak.

Reklama va ruhiy talablar. Ishlab chiqarilayotgan belgilash esda qolarli, iste‘molchining tovar sifati va belgilash o‘rtasida mustahkam ijobiy aloqasini yuzaga keltirishi, ya‘ni tovar belgisi individuallashtiruvchi va reklama vazifasiga ega bo‘lishi kerak.

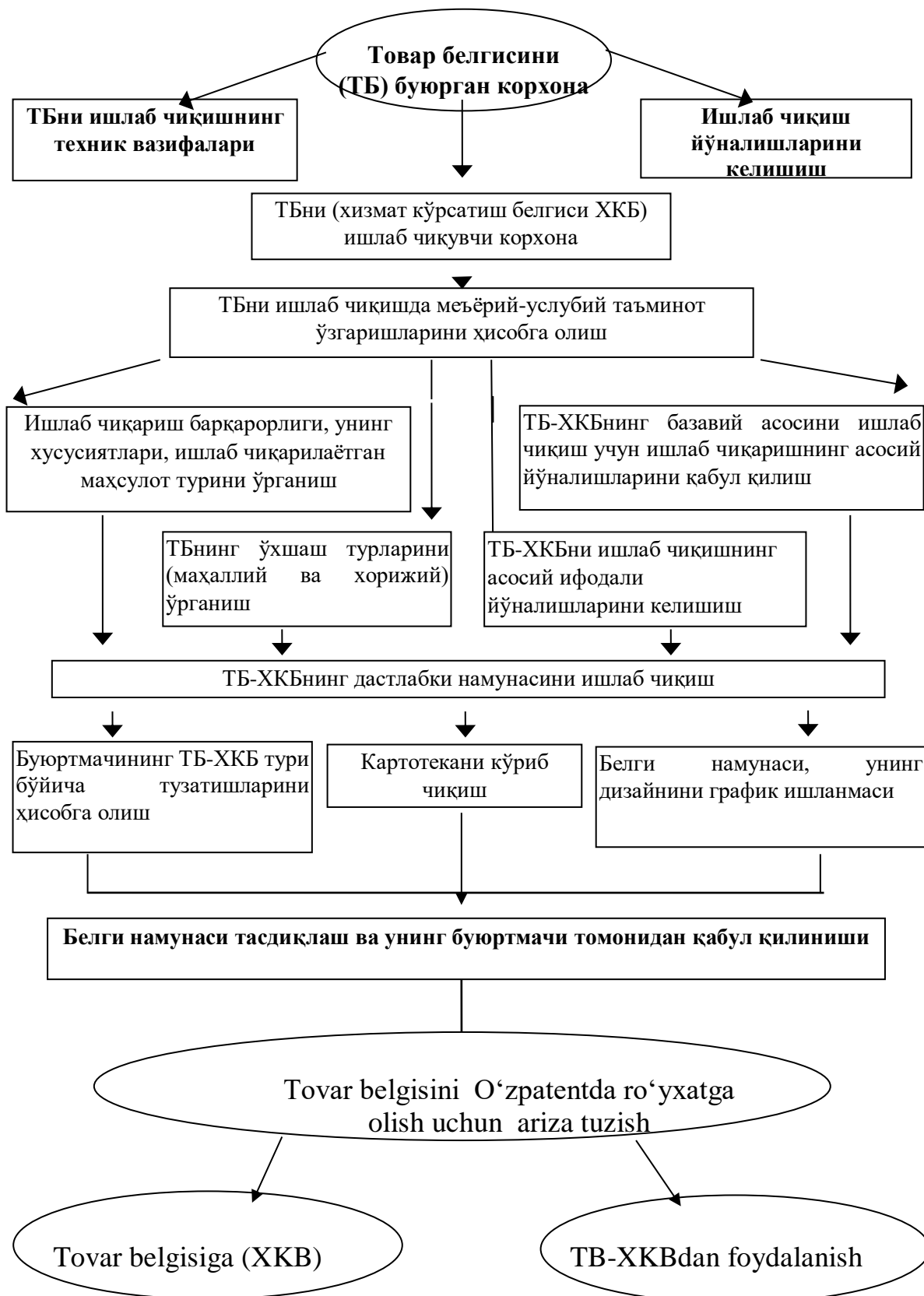
Konstruktorlik-texnologik talablar. Belgilash (tovar belgisi) mahsulotni markalashda tirajlash va uni qo‘llashni osonlashtirish, birinchi galda esa, mo‘ljallangan mahsulotlar uchun mutanosiblikka ega bo‘lishi kerak.

Tovar belgisini ishlab chiqish buyurtmachi va ijrochi bilan loyihalashtirishning mumkin yo‘nalishlarini muhokama qilishdan boshlanadi. Ushbu muhokama davomida tomonlarning har biri o‘zining asosiy talablarini shakllantiradi. Bir paytning o‘zida ikki tomon dastlabki axborot bilan almashadi. So‘ngra belgilashni ishlab chiqishning tovar belgisini badiiy-texnik kengashda tasdiqlash va uni O‘zpatentda ro‘yxatdan o‘tkazish bosqichlarini aniqlaydigan texnik vazifalari muhokama etiladi va tasdiqlanadi. **41-rasmda** keltirilgan tuzilmaviy chizma umumiy xususiyatga ega.

Quyida aniq misollar bilan buyurtmachi va ishlab chiquvchi o‘rtasidagi o‘zaro munosabat keltirilgan. Bunda belgilashning har-xil turlari, shuningdek, ishlab chiqarilayotgan mahsulot nomenklaturasi bo‘yicha bir-biridan ajralib turadigan

товар belgisi egalari – bir turdagi korxonona va tashkilotlar ko‘rib chiqilgan. Bu esa qayd etilayotgan uslubning turli ishlab chiqarish shartlariga mosligidan darak beradi.

Tovar belgisining ifodaligigi, esda qolarligi va iste‘molchiga ta’sir qilish darajasi ko‘pincha ular bajariladigan texnologik vositalarga bog‘liq.



41-rasm. Tovar belgisi (XKB) ishlab chiqishning asosiy bosqichlari.

Shu sababli tovar belgisini ishlab chiqishda boshqa omillar bilan bir qatorda tovar belgisini mahsulot yuzasining bosish joyiga, uning mahsulot katta-kichiligi va yuzasiga mos kelishiga, tovar belgisini bosish texnologiyasiga ham alohida e'tibor berish kerak. Tovarda tovar belgisini joylashtirish standartlar va texnik shartlar bilan aniqlanishi lozim. Biroq qator mahsulotlar uchun tovar belgisini bosish joyi ko'rsatilmagan, shu bois muallif ushbu masalani o'zi hal qilishi kerak.

3. Tovarga nisatan uzoq muddatli afzallikni yaratish bo'yicha zamonaviy texnologiyalar. Brending.

Brending – tovarga nisbatan uzoq muddatli afzallikni yaratish faoliyati bo'lib, bu iste'molchiga logistik servis xizmatning ayrim elementlari, ya'ni tovar belgisi, qadoq, reklama murojatlari; marketing vositalari – seylz promushin, reklamaning ma'lum g'oyasi va turli xil rasmiylashtirish bilan birlashgan, tovarni raqobatchilar orasida ajratib turuvchi va uning qiyofasini (brand image) yaratuvchi boshqa elementlarining birgalikdagi kuchli ta'siriga asoslangan.

Brending sanoati rivojlangan mamlakatlarda keng yoyilgan, biroq mahalliy amaliyotda umuman qo'llanilmaydi. U tasavvurimiz doirasidan chiquvchi ko'plab elementlarni o'z ichiga oladi.

“Brend” tushunchasi va u bilan bog'liq barcha narsalar markalashning o'zbek tizimi uchun mutlaqo yangi toifa. “Brand” so'zi inglizchadan “tamg'a” so'zi sifatida tajriba qilinadi. Dastavval bu tushunchaning paydo bo'lishi va muomalada ishlatilishi o'y hayvoni hamda kundalik hayotdagi narsalarni tamg'alash (markalash) bo'yicha operatsiyalar bilan bir xil hisoblanardi. Keyinchalik bu yangi “fabrika markasi” ma'nosiga ega bo'ldi. Zamonaviy markalash atamasida “brend” tushunchasi keng talqin ega bo'ldi va iste'molchida tovar, xizmatlar yoki korxonaning ijobiy imijini shakllantiradigan hamda ko'plab turli xil mahsulotlar orasidan aniq markaga ega tovarni sotib olish istagini bildiradigan moddiy va nomoddiy toifalar majuini o'z ichiga oladi. Quyidagilar “brend” toifasi ichidagi aniqlovchi elementlar hisoblanadi:

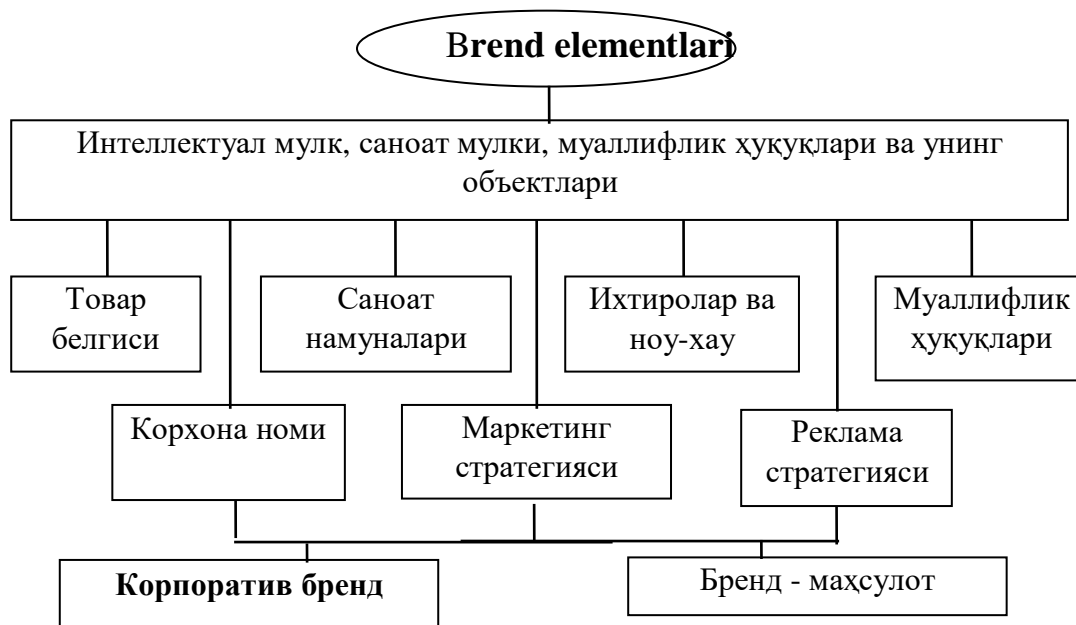
- markalanadigan mahsulot uchun intellektual mulk (tovar belgilari, sanoat namunalari, mualliflik huquqlari, ixtirolar, yangiliklarga taaluqli huquqlar);

- korxonaning usuli, servis xizmat ko'rsatish, RR (jamoatchilik firkrini inobatga olish va unga ta'sir qilish, ommaviy axborot vositalari, xomiyalar va boshqalar bilan hakorlikni) qamrab oluvchi qabul qilingan marketing strategiyasi va reklama siyosati;

- texnologiya va maxsus asbob-uskuna, o'z ichiga patentlangan qarorlar yoki yangilikni oluvchi ishlab chiqarish uslublari.

Brending – bu reklama beruvchi, amalga oshiruvchi tashkilot, shaxsiy brend-imij – tovar yoki tovarlar oilasining mo'ayyan tovar belgisi bilan markalangan shaklni yaratish va iste'molchi ongiga keng ko'lamda singdirish bo'yicha reklama agentligining marketing tadqiqotlarga asoslangan hamkorlikdagi ijodiy ishidir.

Brend kompaniya va uning barcha mahsulotiga, masalan, Koka-kola yoki mazkur kompaniyaning ayrim mahsulotiga taaluqli bo‘lishi mumkin (brend-mahsulot). Bu korporativ brend deyiladi (**42-rasm**).



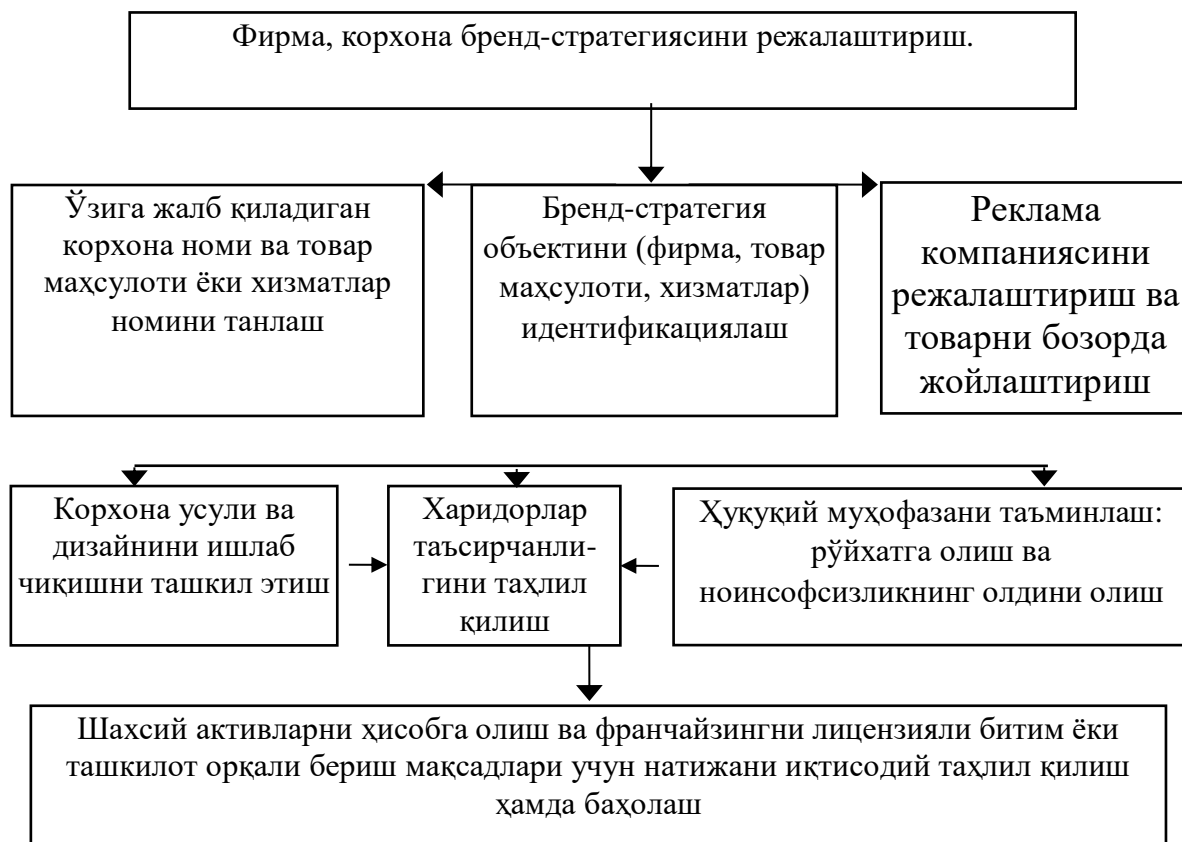
42-Rasm. Brend tarkibini tashkil etuvchi asosiy elementlar.

BS ni asosiy blokli tarkiblar nuqtai nazaridan shakllantirish **43-rasmda** keltirilgan.

BS deganda yaxlitlagan va iste'molchi ongi, uning mahsulotni tanlashda hattixarakati asoslarini shakllantiradigan, natijada tovar va xizmatlar, shuningdek, korxonaning bozordagi o'rnini ta'minlaydigan tovar yoki xizmatlarning ashyoviy va sezilmaydigan xususiyatlari tushuniladi. BS dan foydalanish tovar yoki xizmatlarning bozorning ma'lum bo'g'inida muvaffaqiyati tushuntirish imkonini beradi. Mazkur toifa – mahalliy tadbirkorlarimiz uchun yangi tushungcha sanaladi. Brend-strategiya tovar va uning turlarini model darajasida aniqlashtirish imkonini beradi. Bunda mahsulotlarga xos bo'lgan, ya'ni texnik va estetik xislatlar, qadoq dizayni, sotish joyini rasmiylashtirish, servis xizmatlarini ko'rsatish, kafolatli hamda kafolatdan keyingi xizmat ko'rsatishning mavjudligi va uni o'z vaqtida o'tkazishlik kabi qator jiddiy belgilarga tayaniladi.

Brend-imij yaratuvchilari mahsulotning iste'molchiga ta'sir qiladigan jismoniy xususiyatlarini ham hisobga oladi va bu nafaqat ongga, balki shakllanmagan ongga ta'sir qilgan holda hissiyotga ham murojaat etadi. Agarda tovar bozorda muvaffaqiyat qozonib, obro'ga ega bo'lsa, bunda ushbu tovarning mashhurligini

takrorlaydigan bu kabi tovarlar har doim topiladi. Shu sababli branding raqobatchilardan ajralib turuvchi muntazam rivojlanadigan faoliyatdir.



43-rasm. Bozorda firmaning brend-strategiyasini shakllantirishning asosiy elementlari.

Brending yordamida ko‘p narsaga erishish mumkin. Xususan, branding quyidagilar imkonini beradi:

- mo‘ayyan bozorda sotishlarning rejalashtirilgan hajmini saqlab turish va ushbu bozorda iste‘molchi ongida tovar yoki tovar oilasi shaklini yaratish va mustahkamlash bo‘yicha uzoq muddatli dasturni amalga oshirish;

- tovarlar turlarini kengaytirish natijasida foyda olishni ko‘paytirish va ularning jamoat qiyofasi yordamida tatbiq etiladigan umumiy o‘ziga xos xislatlari to‘g‘risidagi bilimlarni oshirishni ta‘minlash;

- reklama materiallari va kompaniyasida tovar tayyorlangan mamlakat, mintaqa, shahar madaniyatini aks ettirish, tovarni sotish mo‘ljallangan iste‘molchilar talablarini, shuningdek, u sotilayotgan hudud xususiyatlarini hisobga olish;

- reklama auditoriyasiga murojaat qilish uchun uchta o‘ta muhim omil – tarixiy ildiz, bugungi kun voqeligi va istiqboldagi taxminlardan foydalanish.

Shu bilan birga, brandingni samarali amalga oshirish oddiy ish emas. Brendingni samarali amalga oshirish u hamkorlik qilayotgan reklama beruvchi va reklama agentligining nafaqat kasbiy bilimlari hamda tadbirkorlik madaniyati, balki ularning intellektual mulk, tovar belgilari, dizayonlar, matnlar bilan ishlay olishligiga ham bog‘liq.

Reklama bo'yicha ko'pchilik g'arb mutaxassislari yaqin yillarda direkt-marketing reklama faoliyatining qolgan barcha turlarini siqib qo'yadi va marketing kommunikatsiyasi sohasida hukmron bo'ladi, degan bir xil fikrni bildirmoqda. Jahon bozorida direkt-marketing ommaviy axborot vositalaridagi reklamaga nisbatan uch marta samarali rivojlanmoqda va bu reklama agentliklari uchun unga qaraganda ikki marta daromadlidir.

Ushbu hodisaning sabablaridan biri shundan iboratki, hamma joyda kompyuterlashtirish tufayli avvalambor hal etib bo'lmaydigan masala – reklama kampaniyasida har bir iste'molchiga yakka tartibga yondoshgan holda ommaviy qamrab olishni birlashtirishni hal etish imkoni yuzaga keldi. Bundan tashqari, ishlab chiqarish, sotish, kommunikatsiyaga yangi mafkura olib kelgan va marketing sohasida universal yondoshishni bekor qilgan “demassifikatsiya” sodir bo'ldi. Bozor ko'plab qismlarga bo'linib ketdi.

Direkt-marketingning mohiyati reklama agentliklari vositachiligida ishlab chiqaruvchi va shaxsan taniqli iste'molchilar o'rtasida uzoq muddatli o'zaro foydali hamda rivojlanadigan hamkorlikni o'rnatishdan iborat.

Reklama ta'siriga uchraydigan maqsadli guruhlarini topish uchun an'anaviy tarzda segmentatsiya (bo'g'imlash) uslubidan, ya'ni bir xil ehtiyojni ko'zda tutgan ijtimoiy-aholishunoslik xususiyatlari bilan o'xshash iste'molchilarni ajratishdan foydalaniladi. Direkt-marketingda esa aksincha, avval ehtiyoj aniqlanadi, keyin individuallashtirilgan va reklama jarayonida identifikatsiyalangan teskari aloqaga kiritiladigan tegishli iste'molchilardan guruhlar shakllanadi.

Direkt-marketing – bu marketingning barcha reklama vositalari va ularni tarqatishning barcha kanallaridan foydalanadigan uslubidir.

Reklama agentligining direkt-marketing sohasidagi ishlarining asosiy yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

-istiqbolli xaridorlarni shaxsan ajratish va ular bilan bevosita ikki tomonlama muomalani o'rnatish;

-ushbu xaridorlar bilan individuallashtirilgan aloqani muntazam saqlab turish;

-daromadni yaxshilangan tovarlar va xizmatlarning yangi takliflarini, shuningdek, yanada samaraliroq reklama murojaatlarini sinab ko'rish yo'li bilan ko'paytirish.

Direkt-marketing bugungi kunda ko'plab sanoat, servis xizmat ko'rsatish va reklama korxonalarini sarmoyalar sarflayotgan tarmoq hisoblanadi. Zero, direkt-marketing imkoniyatli xaridorlarni topish, ularni reklama beruvchi korxonaga murojaat qilishga ishontirish, ularni do'stlashtirish va sezilarli daromadlar olgan holda ular bilan shaxsiy, do'stona munosabatda hamkorlikda ish olib borish imkonini beradi.

Mahalliy eksportchilar uchun tashqi iqtisodiy reklamani rivojlantirishning bugungi bochqichida “direkt-marketing” tushunchasi tarkibiga kiruvchi katta valyuta mablag'larni talab etmaydigan va shu bilan birga juda samarali to'g'ridan-to'g'ri pochta jo'natishlari katta ahamiyatga egadir.

Direkt-marketingning iste'molchilar kampaniyasi bilan yo'lga qo'ygan identifikatsiyalangan va nazorat qilinadigan aloqalari ularga sarflangan mablag'larning samaradorligini to'g'ri aniqlash imkonini beradi. Direkt-

marketingning reklamaning boshqa turlariga nisbatan asosiy afzalligi va farqi ham ana shunda.

4. Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va tovarlar hamda xizmatlarni sertifikatlashtirish.

Sertifikat (lotinchadan certum – to'g'ri – facere - qilish) – bu ishlab chiqarilgan tovar yoki taqdim etilgan xizmat sifatini tasdiqlovchi hujjatdir.

Sertifikatsiya to'g'risidagi qonun sertifikatliya maqsadlarini aniq shakllantiradi:

- korxonalar, muassasalar, tashkilotlar va tadbirkorlarning O'zbekiston Respublikasining yagona tovar bozorlaridagi faoliyati uchun shart-sharoitlar yaratish;

- iste'molchilarga tovarni asosli tanlashda ko'maklashish;

- iste'molchini tayyorlovchining (sotuvchi, ijrochi) noinsofligidan himoya qilish;

- mahsulotning atrof-muhit, hayot, sog'lik, mulk uchun zavfsizligini nazorat qilish;

- mahsulotning tayyorlovchi tomonidan bayon etilgan sifat ko'rsatkichlarini tasdiqlash.

Sertifikatsiya tizimini rivojlantirishning zamonaviy bosqichi "Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi qonunning chiqishi bilan bog'liq. Ushbu qonunda mahsulotni sertifikatlashtirish shartligi ko'zda tutilgan bo'lib, buning uchun davlat standartlarida fuqarolar hayoti, sog'lig'i, mulki xavfsizligini, atrof-muhitni himoya qilishni ta'minlash talablari belgilangan.

Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risidagi qonun iste'molchi huquqlarini davlat ko'magida amalga oshiradi. Davlat qonunchilik asosida iste'molchining sifatli mahsulot, uning xavfsizligi, bozorning tovarlar (xizmatlarni) tayyorlash, sotishga taaluqli barcha vazifalari haqida axborot bilan ta'minlash huquqlarini aniq belgilab beradi. Iste'molchining tovar ishlab chiqaruvchi (sotuvchi) bilan munosabatini tartibga solish qonunning tegishli bo'limlarida aks ettirilgan.

Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risidagi qonun tomonidan buyumlarda ayrim kamchiliklar aniqlangan hollarda iste'molchi talablarini qondirishning qat'iy muddatlari belgilanadi. Masalan, uzoq muddat foydalanish uchun mo'ljallangan tovarlar bo'yicha sotuvchi, tayyorlovchi (ularning vazifasini bajaruvchi korxonalar) iste'molchi tomonidan talablar bildirilganda ta'mirlash davomida unga tezlik bilan pul olmasdan shunga o'xshash tovarni o'z hisobidan yetkazib berishi shart. Bu talablar avtomototransport vositalari, mebel, elektr ustalar, elektr isitgichlar va ularning turlari, shuningdek, qimmatli toshlardan tayyorlangan buyumlar, matolar, ich kiyim, choynab, ko'rpa-to'shak jildlari va boshqalarga taaluqli emas.

Agarda sotuvchi xaridor talabini qondirishdan bosh tortsa, u sudga murojaat qilish huquqiga ega. Iste'molchi tomonidan tegishli sudga da'vo arizasi yozma ravishda taqdim etiladi. Unda: 1) sud nomi; 2) ariza beruvchining nomi, uning yashash joyi; 3) javob beruvchining nomi, uning yashash joyi, agarda javob beruvchi yuridik shaxs bo'lsa, uning joylashgan joyi; 4) arizachi o'z talablarini asoslayotgan holatlar; 5) arizachining talablari; 6) agarda da'vo pul bilan hisoblansa, uning qiymati; 7) arizaga ilov qilinayotgan hujjatlar ro'yxati ko'rsatilishi kerak. Ariza da'vo qiluvchi yoki uning vakili tomonidan imzolanadi.

Vakil tomonidan taqdim etilgan da'vo arizasiga vakilning vakolatini isbotlovchi ishon qog'ozi yoki boshqa hujjat ilova qilinishi kerak. Da'vogar sifatida ishtirok etuvchi iste'molchi da'vo arizasiga quyidagi hujjatlarni ilova qilishi lozim: tovarni ko'zdan kechirishda ishtirok etgan shaxslar tomonidan imzolangan hujjat (agarda u tuzilgan bo'lsa); tovar kamchiliklari tasdiqlovchi turli ma'lumotnomalar (hujjatlar); sotuvchiga yuboriladigan e'tiroz nusxasi; boshqa hujjatlar.

Shuningdek, iste'molchi sudga tovar sifatini tasdiqlash uchun tovarshunoslik yoki boshqa sud ekspertizasini tayinlash to'g'risida iltimos qilishii mumkin.

Muhokama uchun savollar

15. Tovar belgisi nima?
16. Tovar belgisini shakllantiruvchi tasnifiy belgilar.
17. Tovar belgilarning eng keng tarqalgan turlari.
18. Tovar belgisi va xizmat ko'rsatish belgisi qanday vazifalarni bajaradi?
19. Belgili axborotni qabul qilishning uch bosqichi.
20. Tovar belgisini ishlab chiqishning asosiy bosqichlari.
21. Brending nima?
22. Direkt-marketing nimani anglatadi? Direkt-marketing sohasida reklama agentligi ishlarining asosiy yo'nalishlari.
23. Korxonada brend-strategiyasini bozorda shakllantirishning asosiy elementlari.
24. "Sertifikatsiya" tushunchasi.
25. Tovarlarini qalbakilashtirishning eng keng tarqalgan uslublarini sanab o'ting.
26. Sertifikatlash ishtirokchilarining vazifalari.
27. Sertifikatlashni o'tkazish qanday tamoyillarga asoslanadi?
28. Sertifikatlashning asosiy shakllari.

KO'CHMA MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

Mavzu. RESPUBLIKADA TRANSPORT LOGISTIKASINING RIVOJLANISH TENDENSIYASI

Mavzu. Respublikada transport logistikasining rivojlanish tendentsiyalari

Transport logistikasining mohiyati va vazifalari, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish jarayonlarida transport vositalarining turlarini va sonini tanlash uslubiyoti, transport tariflari va ularni qo'llash qoidalari, yetkazib beruvchini tanlash masalasi, logistikada «aniq muddatga» yetkazish tizimi, tez amal qilish uslubi. Respublikada transport logistikasining rivojlanish tendentsiyalari. (ILOVALar).

V. KEYS.

“Logistikada boshqaruv va qaror qabul qilish”

Keysning asosiy maqsadi:

Tinglovchilarning logistika sohasidagi umumiy maqsadlarini anglash va ularni amalga oshirish bo'yicha qaror qabul qilishdagi yondoshuvini, qaror qabul qilish jarayoni bosqichlarini tushuntirish va ularning samaradorligini oshirish bo'yicha chora – tadbirlarni ishlab chiqishdan iborat.

O'quv faoliyatidan kutiladigan natijalar:

- agrosanoat majmuasi boshqarish organlari, axborot-maslahat markazlari yoki boshqa shakldagi xo'jaliklarning mutaxassisi bo'lib ishlash;
- mehnat jamoasiga rahbarlik;
- amaliyotda mutaxassis sifatida qarorlar ishlab chiqish va joriy etish;
- ishlab chiqarish dasturini bajarish uchun ishlab chiqarish faoliyatini, yer, ishlab chiqarish, mehnat va moliyaviy resurslarni rejalashtirish;
- qishloq xo'jalik korxonasida logistika xizmatlaridan foydalanishni tashkil etish;
- kadrlarni tanlash, taqsimlash va tarbiyalash;
- ishlab chiqarish faoliyati sifatini boshqarish jarayonlarini ishlab chiqish va tadbiq qilish;
- axborot texnologiyalari tizimini yaratish va ulardan foydalanish bilan bog'liq bo'lgan ishlab chiqarish jarayonlari monitoringi va sifatini baholash metodlari va mexanizmlarini ishlab chiqish;

- ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishda samarali usullarni qo'llash;
- logistika jarayonini boshqarish usullarini amaliyotda qo'llay bilish;
- loyihaviy va dasturiy hujjatlarni ishlab chiqish;
- kasbiy etika kodeksiga rioya qilish.

Ushbu keysni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun oldindan tinglovchilarlar quyidagi bilim va ko'nikmalarga ega bo'lmoqlari zarur:

Tinglovchilar bilishi kerak: iqtisodiy ong; iqtisodiy xulq; iqtisodiy motiv.

Tinglovchilar amalga oshirishi kerak:

- muammoning mohiyatini aniqlashtiradi;
- g'oyalarni ilgari suradi;
- ma'lumotlarni tanqidiy nuqtai nazardan ko'rib chiqib, mustaqil qaror qabul qilishni o'rganadi;
- o'z nuqtai nazariga ega bo'lib, mantiqiy xulosa chiqaradi;
- ma'lumotlarni taqqoslaydi, tahlil qiladi va umumlashtiradi;

Tinglovchilar ega bo'lmog'i kerak:

- kommunikativ ko'nikmalarga;
- taqdimot ko'nikmalariga;
- hamkorlikdagi ishlar ko'nikmalariga;
- muammoli holatlar tahlil qilish ko'nikmalariga.

Manbalardan foydalanish uchun tavsiya etiladigan adabiyotlar ro'yxati:

O'qitishning interaktiv usullari. Monografiya, darslik, o'quv qo'llanma, internet manbalari va boshqalar.

Keys tavsifi: Mazkur keys qishloq xo'jaligida logistik xizmatlarini tashkil etish toifasiga kiradi va syujetsiz hisoblanadi. Ushbu keysning asosiy manbai kabinetli, lavhasiz bo'lib, vaziyat davriy ketma – ketlikda o'tmishdan bugungi kun tartibida bayon etilgan. Keysning asosiy ob'ekti qishloq xo'jaligida logistik xizmatlariga yo'naltirilganligidir. Bu tashkiliy institutsional keys bo'lib, ma'lumotlar vaziyatlar va savollar asosida tuzilgan. Hajmi o'rtacha, tizimlashtirilgan bo'lib, treningga mo'ljallangan o'quv mavzu bo'yicha bilim va ko'nikmalar hosil qilishga qaratilgan. Didaktik maqsadlarga ko'ra keys muammolarni taqdim qilishga, ularni hal etishga, tahlil qilish va baholashga qaratilgan.

Ushbu keysdan “Agrologistika”**fanida foydalanish mumkin.**

VI. GLOSSARIY.

Atamalar			Atamaning o‘zbek tilidagi ma’nosi
Ata maning ingliz tilida nomlanishi	Ata maning o‘zbek tilida nomlanishi	Ata maning rustilida nomlanishi	
Agent	Agent	Агент	boshqa shaxs topshirig‘i va manfaati bo‘yicha uning nomidan va hisobidan aniq vazifalarni amalga oshiradigan jismoniy yoki yuridik shaxs.
Agrarian reforms	Agra r islohotlar	Агр арные реформы	erlardan foydalanish tizimida davlat tadbirlari. Mamlakatlar va ularning tumanlarini iqtisodiy geografik sharoiti va tarixiy xususiyatlari islohotlarga katta ta’sir ko‘rsatadi.
Agribusiness	Agr obiznes	Агр обизнес	foydani ko‘paytirish maqsadida qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi tizimida boshqarishni zamonaviy usullaridan foydalanishga asoslangan qoidalarni qo‘llash. Yirik qishloq xo‘jalik korxonalarini ham agrobiznesda qatnashishlari mumkin, bunda ikki tomon o‘rtasida qat’iy kelishuv hosil bo‘ladi.
Agri oindustrial complex	Agra sanoat majmuasi	Агр опром ыш ленный комплекс	qishloq xo‘jalik mahsulotlarini etishtirish, uni saqlash, qayta ishlash va iste’molchilarga yetkazib berish bilan bog‘liq xo‘jalik tarmoqlarining birligi.
Agr ofirma	Agr ofirma	Агр ofirma	muayyan turdagi qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini etishtirish va uni sanoat usulida qayta ishlashni qo‘shib olib boradigan korxonalar.
Agr o-industrial integration	Agr osanoat integratsiy asi	Агр опром ыш ленная интегра- си я	qishloq xo‘jaligi bilan unga xizmat qiluvchi va mahsulotni iste’molchiga yetkazib beruvchi tutash tarmoqlar o‘rtasida ishlab chiqarish aloqalarining rivojlanishi hamda ularning uzviy birikish jarayonidir.
Infor mati-on	Axb orot	Infor matsiya	yangilik elementi qabul qiluvchi uchun o‘z ichiga olgan va qarorlar qabul qilish uchun foydalaniladigan ma’lumotlar, bilimlar, xabarlar.
Infor mation system	Axb orot tizimi	Infor matsionna ya sistema	boshqaruv tizimida qo‘llanadigan ma’lumotlarni yig‘ish, saqlash, to‘plash, izlash va berish tizimi.
Codi ng Informatio n	Axb orotni kodlash	Kodi rovanie informatsii	axborot ob’ektlariga ayrim shartli belgilar belgilash (kodlar) jarayoni.
Orde r	Buy urtma	Zaka z	korxonalar, iste’molchi-tashkilotlar tomonidan unda ko‘rsatilgan tovarni tegishli miqdorda, belgilangan manzilga belgilangan muddatda yetkazib berish uchun beriladigan hujjat.
Profi t	Daro mad	Prib ыл	korxonaning sof foydasi shakli, ya’ni mahsulot yoki xizmatlarni sotishdan tushgan umumiy daromadning undan barcha harajatlarni chiqarib tashlangandan keyingi qismi.
Deal	Dile	Dile	tovar, fond va valyuta birjalarida tovarlar, qimmatli

er	r	r	qog'ozlar va boshqa qimmatli narsalarni xarid qiluvchilar va sotuvchilar o'rtasida bitimlarni tuzishda vositachilik faoliyati bilan shug'ullanadigan va o'z nomidan va hisobidan ishlaydigan jismoniy yoki yuridik shaxs.
Expert	Ekspert	Ekspert	kerakli kasbiy ma'lumot, tajriba va professional ichki sezgiga ega, qaror qabul qilish uchun jalb qilinadigan yoki qaror qabul qilish huquqi berilgan shaxslarning maslahatchisi rolini bajaradigan yuqori malakali mutaxassisdir.
Scope of supply	Etka zib berish miqdori	Ob'ekt postavki	ma'lum vaqt ichida yetkazib beriladigan ma'lum nomdagi va hajmdagi buyumlar soni.
Supply contract	Etka zib berish shartnomasi	Dogovor postavki	bu korxonalar va tashkilotlar o'rtasidagi shartnoma bo'lib, ushbu shartnoma bo'yicha ta'minotchi-korxonalar (mahsulot tayyorlovchi) korxonalar yoki xaridor tashkilotga belgilangan muddatda ular o'rtasida kelishilgan turdagi, miqdordagi va sifatga ega mahsulotni berish majburiyatini oladi, xaridor esa ushbu mahsulotni qabul qilish va unga haq to'lashni o'z zimmasiga oladi.
Land rent	Er rentasi	Zemelnaya renta	er egasiga vaqti-vaqti bilan ijarachi tomonidan erdan foydalanganligi uchun to'lanib turiladigan so'm miqdori.
Franchise	Franshiza	Франшиза	sanoat yoki tijorat faoliyatining ma'lum turini jriy qiish huquqi.
Intensive economic growth	Intensiv iqtisodiy o'sish	Интенсивный экономический рост	ishlab chiqarish ko'lami, yaratilgan mahsulotlar va xizmatlar hajmining resurslarni tejimli ishlatish hisobidan oshib borishi, ular sifatini yaxshilanishi. Sifat o'sish.
Economic analysis	Iqtisodiy tahlil	Ekonomicheskii analiz	iqtisodiy faoliyat haqidagi ma'lumotni shakllantirish va qayta ishlash uslubi yig'indisi bo'lib, u xolis baholash, rivojlantirish yo'nalishi, mavjud vazifalar, samaradorlikni oshirish zahiralarni va ulardan foydalanish yo'llarini aniqlashni ta'minlaydi.
Production	Ishlab chiqarish	Производство	korxonalar yoki bo'linmalar faoliyat yuritish natijasida ishlab chiqariladigan mahsulot hajmi.
Consumer	Iste'molchi	Потребитель	biron-bir tovarlar, buyumlar va materiallarni iste'mol qiluvchi yuridik yoki jismoniy shaxs.
Production Infrastructure	Ishlab chiqarish infratuzilmasi	Производственная инфраструктура	bevosita qishloq xo'jalik ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatuvchi sohalar.
Specialization of production	Ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi	Специализация производства	ayrim korxonalarda bir turdagi mahsulotni ishlab chiqarishga qaratilgan jarayonlarning to'plami.
Diversification of the economy	Iqtisodiyotni diversifikatsiyalashtirish	Диверсификация экономики	ishlab chiqarishning tarmoqlar tarkibini murakkablashtirish jarayoni. Bunda mahsulot turlarining xilma-xilligi va ixtisoslashgan korxonalar soni oshadi.

	ish		
Investments	Investitsiya	Investitsii	ishlab chiqarish va xizmatlarni rivojlantirish uchun ma'lum shartlarda jalb etiladigan, uzoq muddatli kapital qo'yilma, sarmoya.
The commission agent	Komissioner	Komissioner	sotuvchi yoki xaridor (komitent) topshirig'i bo'yicha hamkorlarni izlaydi va komitent uchun o'z nomidan va hisobidan bitta yoxud bir qancha bitimlarni amalga oshirishni o'z zimmasiga oladigan savdo vositachisi (yuridik yoki jismoniy shaxs).
Bill of lading	Komsament	Konsament	dengiz yuk tashuvchisi tomonidan yuk jo'natuvchiga beriladigan va yukni tashishga qabul qilinganini tasdiqlaydigan hamda tashuvchining zimmasiga yukni uni jo'natuvchi tayinlangan portga yetkazib berishni yuklaydigan transport hujjati.
Counterparty	Kontagent	Kontagent	shartnoma ishtirokchilaridan biri.
Logistic operation	Logistik operatsiya yoki logistika operatsiyasi	Logisticheskaya operatsiya	u yoki bu moddiy, axborot yoki moliyaviy oqimning iqtisodiy faoliyati jarayonida qayta o'zgartirish tashabbusini maqsad qilib olgan harakatlar majmui.
Logistic chain	Logistik zanjir	Logisticheskaya sep	bu moddiy va axborot oqimi o'tadigan, dastlabki materialni olish, tayyor mahsulotni iste'molchiga yetkazib berish amalga oshiriladigan, jismoniy yoki yuridik shaxslarning chiziqli tartibga solingan majmuini ifoda etadigan zanjir.
Logistics	Logistika	Logistika	xomashyo va materiallarni ishlab chiqarish korxonalarigacha yetkazib berish jarayonida amalga oshiriladigan transportda tashish, omborlarga joylashtirish va boshqa moddiy hamda nomoddiy operatsiyalarni rejalashtirish, nazorat qilish va boshqarish, xomashyo, materiallar, yarim fabrikatlarni zavod ichida qayta ishlash, tayyor mahsulotni iste'molchiga uning manfaatlari va talablariga muvofiq tarzda yetkazish, shuningdek, tegishli axborotni uzatish, saqlash va qayta ishlash to'g'risidagi fan.
Duties	Majburiyat	Obyazannosti	rasmiy hujjatlashtirilgan yoki fuqarolik qonunchiligidan kelib chiqadigan bitta jismoniy yoxud yuridik shaxsning birining foydasiga ma'lum harakatlarni bajarishni talab etuvchi munosabat.
Marketing	Marketing	Marketing	korxonaning bozorni o'rganish, mahsulotni bozor talabi hamda tovarlarni iste'molchiga yo'naltirish hisobga olingan ishlab chiqarish bo'yicha tashkiliy-texnik va tijorat vazifalari majmui.
Methodology	Metodologiya	Metodologiya	fan taraqqiyoti uchun muhim ahamiyat kacb etuvchi nazariyaning muhim elementlari majmui; metodologiya, nazariyadan farqli o'laroq, yangi bilim manbai hisoblanmaydi; konsepsiyadan farqli o'laroq amaliyot uchun acoc bo'lib xizmat qilmaydi; lekin metodologiya shunday elementlarni rivojlantiradiki, ularsiz fanning taraqqiy etishi mumkin emac. Shunday qilib, metodologiya nazariya

			taraqqiyotining konsepsiyaci bo'lsa, konsepsiya- bu nazariyadan amaliyotga o'tish metodologiyacidir.
Met hodology	Met odika	Met odika	ilmiy tadqiqotni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan texnik va tashkiliy yondashuvlar majmui.
Hum an Resources	Meh nat recur- lari	Trud oвые resursy	aholinig mehnatga layoqatli qicmi
Divi sion of labor	Meh nat taqsimoti	Raz delenie truda	ijtimoiy mehnatning muvotiq vazifalarini bajaruvchi mehnat turlariga ajralish jarayonidan iborat. Mehnat taqsimoti yuz berganda, bir mehnat turidan ikkinchisi, ikkinchidan uchinchi va hokazolar ajralib chiqadi va bu jarayon uzluksiz davom etaveradi.
Divi sion of labor	Meh nat unumdorli gi	Proi zvoditelno st truda	ma'lum vaqt (soat, soat, oy, yil) birligida ishlab chiqarilgan mahsulotning (daromad, foydaning) miqdori bilan o'lchanadi.
The micrologis tic system	Mikr ologistika tizimi	Mikr ologistiches kaya sistema	bu bitta korxonada yoki firma ichida, shuningdek, mustaqil ishlab chiqarish yoxud hududiy savdo hamda ishlab chiqarish majmualari doirasida ularning tashqarisiga chiqmasdan, iqtisodiy faoliyatni optimallashtirish maqsadida moddiy oqimlarni boshqarish tizimi.
Mat erial flow	Mod diy oqim	Mat erialnyy potok	vaqt oralig'i davomida paydo bo'ladigan va rivojlanadigan hamda unga kiritilgan tovar-moddiy boyliklarning biron-bir yuk birligi miqdori.
Mod el	Mod el	Mod el	tadqiqot nuqtai nazaridan modellashtirilayotgan ob'ektning jiddiy xususiyatlarini aks ettiruvchi o'rganilayotgan jarayon, vosita yoki voqelikning nusxasi yoxud shunga o'xshash narsa.
Agri culture	Qish loq xo'jaligi	Sels koe xozyaystv o	Moddiy ishlab chiqarishning muhim tarmoqlaridan biri bo'lib, biologik resurslardan foydalangan holda mahsulot yaratadi
Prop erty code	Ob'ekt kodi (buyum, mahsulot, xizmatlar va hokazolar)	Kod ob'ekta	ob'ektning alifbo belgilari yoki boshqa shartli belgilar bo'yicha kodlashning belgilangan tizimi bo'yicha shartli belgilash.
Para meter	Para metr	Para metr	tizim yoki modelni ifodalovchi ko'rsatkich.
Adv ertising	Rekl ama	Rekl ama	tovarlar yoki xizmatlarni o'z mamlakati ichidagi va chet el firmalari bilan savdo, iqtisodiy va ilmiy-texnik hamkorlikni rivojlantirish maqsadida ommalashtirishning har qanday haq to'lanadigan shakli.
War ehouse costs	Saql ash sarf- harajatlari	Skla dskie zatraty	moddiy-tovar boyliklarni bazalar, omborlarda saqlash va kerakli paytda ularning miqdorini iste'molchi tomonidan qo'yiladigan darajagacha yetkazish bilan bog'liq muomala harajatlarining bir qismi.
Indu stry	Sano at	Pro myshlenn ost	iqtisodiyotning jamiyat ishlab chiqaruvchi kuchlari taraqqiyoti darajasiga hal qiluvchi ta'sir ko'rsatadigan yetakchi tarmog'

Syne rgetic communi cation	Sine rgik aloqa	Sine rgetiches k aya svyaz	tizim elementlarining birgalikdagi harakatlanishi tufayli umumiy samaradorlikni mustaqil harakat qiladigan ushbu elementlar samarasi yig'indisiga nisbatan mumkin qadar katta hajmgacha oshirishni ta'minlaydigan aloqa.
Obje ct of study	Tad qiqot ob'ekti	Ob'e kt issledovan iya	ma'lum fan tarmog'i o'rganadigan voqea va hodisa, tabiiy-xududiy majmualar, iqtisodiy-ijtimoiy georafiyada hududiy ijtimoiy-iqtisodiy tizimlardir.
Met hod of research	Tad qiqot usuli	Met od issledovan iya	umumiy tarzda maqsadga erishish yo'lini anglatadi. Umumiy ilmiy va ayrim fanlarning maxsus tadqiqot usullari mavjuddir.
Rate	Tarif	Tarif	turli ishlab chiqarish va noishlab chiqarish, shu jumladan transport xizmatlari uchun to'lovlar hajmini belgilovchi stavka tizimi.
Syst em	Tizi m	Siste ma	bir-biri bilan munosabatda va aloqada bo'lgan hamda yaxlitlikni tashkil etuvchi ko'plab o'zaro harakat qiladigan elementlar.
Com modity production	Tov ar mahsuloti	Tov arnaya produksiy a	sotish uchun mo'ljallangan mahsulotning (tayyor buyumlar, yarim fabrikatlar, xizmatlar) umumiy miqdori.
Exte nsive economic growth	Ekst ensiv iqtisodiy o'sish	Ekst ensivnyy ekonomic heskiy rost	qo'shimcha ish kuchi ishlab chiqarish vositasi va resurslarini jalb qilish xisobiga, ya'ni mehnat va moddiy resurslarni ko'proq qo'llash hisobiga o'sish.
Gros s Domestic Product (GDP)	Yalp i ichki maxsulot (YaIM)	Valo vyyu vnutrenny y produkt (VVP)	mamlakatning ichki xo'jalik faoliyatini umumlashgan iqtisodiy ko'rsatkichi.
Gros s national product (GNP)	Yalp i milliy maxsulot (YaMM)	Valo vyyu natsionaln yyu produkt (VNP)	ichki va tashqi faoliyatda bir yilda moddiy va nomoddiy soxalarida har qanday millat tomonidan ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarning umumiy qiymati bo'lib, mamlakatning yaxlit sotsial-iqtisodiy ko'rsatkichi hisoblanadi.
Univ ersal Agent	Univ ersial agent	Univ ersalnyy agent	boshliq (prinsipal) nomidan har qanday ishlarni amalga oshirish huquqiga ega.
Prov ider	Vosi tachi	Post avchik	tomonlar o'rtasida shartnomalar, bitimlarga yordam beruvchi, ishlab chiqaruvchilar o'rtasida turuvchi va tovarlarning (ishlar va xizmatlar) ishlatilishiga ko'maklashuvchi yuridik yoki jismoniy shaxs.

Asosiy va qo‘shimcha o‘quv adabiyotlar hamda axborot manbalari

Asosiy adabiyotlar

1. Bo‘riev H.Ch., Samatov G.A, Rustamova I.B. Agrologistika asoslari. O‘quv qo‘llanma. «O‘zbekiston milliy ensiklopediya». Davlat ilmiy nashriyoti. Toshkent. 2003. 270 b.
2. Samatov G.A., Rustamova I.B. “Logistika” fanidan ma’ruzalar matni. ToshDAU 2008 y. 118 b.
3. Samatov G.A., Rustamova I.B. “Logistika” fanidan uslubiy qo‘llanma. ToshDAU 2013 y. 110 b.
4. Дыбская V.V. Logistika. Uchebnik.-M.:Izdatelstvo Yurayt, 2017.-317 s.

Qo‘shimcha adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida” gi PF-4947-sonli Farmoni. O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2017 y., 6-son, 70-modda.
2. Anikin B.A. Praktikum po logistike. Uchebnoe posobie. Moskva Infra-M 2002
3. Business Marketing&Logistics 780 Logistics Management. Lectures prof. Steven Robeano, bie MBA,2005.Ohoi State University.
4. Donald Waters. Logistics. An introduction to Supply Chain Management. 2003. 354 p.
5. Gadjinskiy A.M. “Logistika”. Uchebnik. - M 2003 – 408s.
6. Stukach V.F. i dr. Logistika. Uchebnoe posobie. – Omsk: Izd-vo OmGAU, 2004. – 256 s.

Internet saytlari

1. www.agriculture.uz – ToshDAU axborot-maslahat markazining sayti
2. www.agrowebcee.net/awuz - O‘zbekiston agroaxborot tizimi portali.
3. www.tsue.uz.- Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti
4. www.osu.edu.- Universitet Oxayo, iqtisodiyot fakulteti (AQSh)
5. www.umde.edu.- Merilend Universiteti, iqtisodiyot fakulteti (AQSh)
6. www.timacad.ru.- K.A.Timiryazeva nomidagi Moskva davlat qishloq xo‘jaligi akademiyasi, iqtisodiyot fakulteti.