

## **LOGISTIK FUNKSIYANING KORXONANING TURLI FAOLIYATLARI BILAN O‘ZARO BOG‘LIQLIGI**

**Kubayeva M.Y.**

**Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti magistranti**

### *Annotatsiya*

*Bugungi kunda logistik faoliyat eng rivojlanib borayotgan faoliyat turlaridan biridir. Maqolada logistika faoliyatining korxonaning boshqa faoliyat turlari bilan bog‘liqligi, shuningdek ularning samadorligini oshirish yo‘llari ko‘rib chiqilgan.*

### *Kalitli so‘zlar*

*Logistika, ishlab chiqarish, logistik rivojlanish, iste‘molchilar, moddiy oqim manbai va iste‘molchilar.*

### **Kirish**

Hozirgi vaqtda bozor iqtisodiyoti sharoitida sanoat korxonalarini boshqarishda sezilarli o‘zgarishlar amalga oshirildi. Korxonalarni boshqarish jarayonida tovarlarni yetkazib berishning yangi usullari va texnologiyalari qo‘llanila boshlandi, ular logistika kontseptsiyasiga asoslanadi.

Logistika - bu moddiy va axborot oqimlarining makon va vaqtdagi asosiy manbadan oxirgi foydalanuvchigacha bo‘lgan harakatini rejalashtirish, tashkil etish, boshqarish, nazorat qilish va tartibga solish fanidir.

Logistikani rivojlantirish muammolariga qiziqish, birinchi navbatda, iqtisodiy sabablar bilan bog‘liq. Ishlab chiqarish hajmining o‘sishi va xo‘jaliklararo munosabatlarning kengayishi aylanma sohasi xarajatlarining oshishiga olib kelgan sharoitda bozor faoliyatini optimallashtirish va ushbu sohada xarajatlarni kamaytirishning yangi shakllarini izlash dolzarb bo‘lib bormoqda.

### **Asosiy qism**

Logistika faoliyatini rejalashtirish, boshqarish, nazorat qilish va amalga oshirish korxonadagi boshqa faoliyat bilan chambarchas bog‘liqdir. Ko‘pincha korxonaning turli bo‘limlari logistika funktsiyalarini bir-biridan mustaqil ravishda bajaradilar. Masalan, ishlab chiqarish korxonasi bir bo‘linmasi materiallar sotib olish bilan, ikkinchisi zaxiralarni saqlash bilan, uchinchi tayyor mahsulotlarni sotish bilan shug‘ullanadi. Shu bilan birga, ushbu bo‘limlarning maqsadlari korxonada orqali o‘tadigan umumiy moddiy oqimni oqilona tashkil etish maqsadlari bilan mos kelmasligi mumkin. Korxonada funktsional rejalashtirishga logistik yondashuv yetkazib beruvchi bilan shartnoma munosabatlarini shakllantirishdan tortib, tayyor mahsulotni xaridorga yetkazib berishgacha bo‘lgan moddiy oqimni boshqarishi kerak bo‘lgan maxsus xizmatni ajratishni o‘z ichiga oladi.

Logistika xizmatining boshqa korporativ xizmatlar bilan qanday aloqasi borligini ko‘rib chiqamiz.

Logistika va marketing o‘rtasidagi eng muhim aloqa. Marketing xizmati tomonidan ishlab chiqarish korxonasida hal qilinadigan quyidagi vazifalarni ajratib ko‘rsatamiz:

- atraf-muhit tahlili va bozor tadqiqotlari;
- iste‘molchilarni tahlil qilish;
- mahsulotni rejalashtirish, ishlab chiqarishning assortimentga ixtisoslashuvini aniqlash;
- xizmatlarni rejalashtirish, xizmatlarni eng foydali sotish uchun bozor xatti-harakatlarini optimallashtirish.

Agar birinchi ikkita vazifani marketing xizmati logistika xizmati ishtirokisiz hal qila olsa, uchinchi va to‘rtinchi vazifalarni birgalikda hal qilish kerak. Aytaylik, marketing xizmati mahsulotning yangi turini chiqarish zaruriyatini oqladi. Shunda logistika xizmatining vazifasi ishlab

chiqarishni xom ashyo bilan ta'minlash, inventarizatsiyani boshqarish, tashish va barchasini yangi turdagi mahsulot sharoitida amalga oshirishdan iborat bo‘ladi.

Korxonada logistika xizmati ishlab chiqarishni rejalashtirish bilan chambarchas bog‘liq. Buning sababi shundaki, ishlab chiqarish xom ashyo, materiallar, butlovchi qismlarni ma'lum miqdorda va ma'lum bir sifatda o‘z vaqtida yetkazib berishga bog‘liq. Shunga ko‘ra, moddiy oqimning o‘tishini ta'minlaydigan (natijada korxonani yetkazib berishni tashkil etadigan) korxonaning logistika xizmati mahsulotni ishlab chiqarish to‘g‘risida qaror qabul qilishda ishtirok etishi kerak, chunki u ishlab chiqarishni resurslar bilan ta'minlashi kerak.

Boshqa tomondan, logistika tayyor mahsulot marketingini tashkil etish jarayonida ishlab chiqarish bilan o‘zaro ta'sir ko‘rsatadi. Amalga oshirish jarayonida moddiy oqimlarni boshqarish va sotish bozori haqida to‘liq ma'lumotga ega bo‘lgan logistika xizmati, albatta, tayyor mahsulotlarni chiqarish jadvallarini shakllantirishda ishtirok etishi kerak.

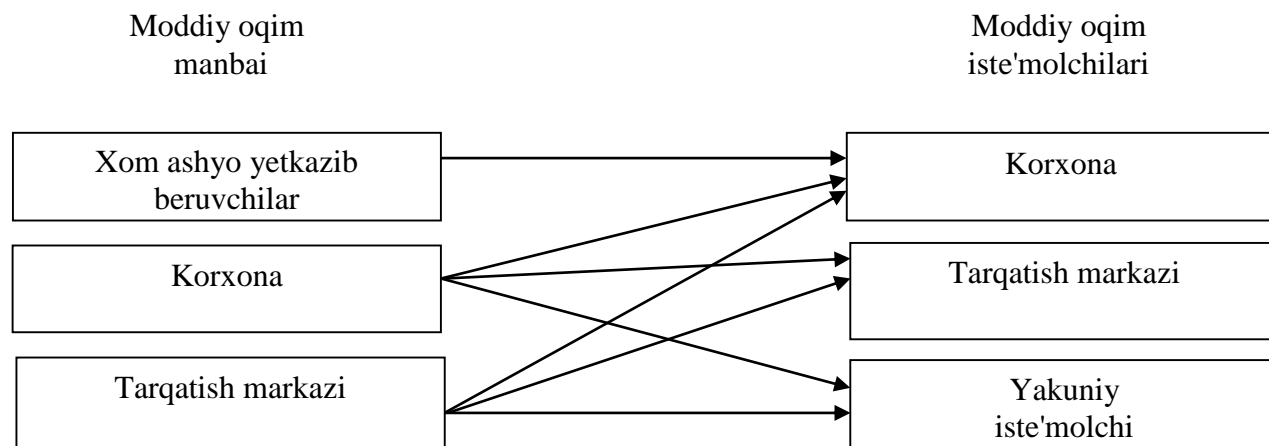
Logistika xizmatining muhim vazifasi xomashyo va butlovchi qismlarni ustaxonalarga, to‘g‘ridan-to‘g‘ri ish joylariga yetkazib berish va ishlab chiqarilgan mahsulotlarni saqlash joylariga tashishdir. Ushbu funktsiyani amalga oshirishda ishlab chiqarish va logistika o‘rtasidagi munosabatlarning zaifligi turli sohalarda zaxiralarning ko‘payishiga olib keladi, ishlab chiqarishga qo‘shimcha yuk yaratadi.

Korxonada moddiy oqimlarni boshqarish bo‘yicha tadbirlar yuqori xarajatlar bilan bog‘liq. Shunga ko‘ra, logistika xizmati faoliyati moliya xizmati faoliyati bilan chambarchas bog‘liqdir. Masalan, zaxiralarning maqbul hajmini aniqlashda logistika xizmati, albatta, nafaqat iqtisodiy hisob-kitoblarga, balki korxonaning real moliyaviy imkoniyatlariga ham tayanadi. Logistika va moliyaviy xizmatlarning birgalikdagi qarorlari logistika jarayonlarini qo‘llab-quvvatlash uchun uskunalar sotib olishda ham qabul qilinadi. Transport va saqlash xarajatlarini nazorat qilish va boshqarish birgalikda amalga oshiriladi.

Logistika faoliyatining tabiati iste'molchini turli xil logistika xizmatlarining moddiy oqimi bilan ta'minlash imkoniyatini nazarda tutadi.

Logistika xizmati tarqatish jarayoni bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, tovarlarni yetkazib berish jarayonida ko‘rsatiladigan xizmatlar majmuini o‘zida aks etadi.

Logistika xizmatining ob'ekti - moddiy oqimning turli iste'molchilaridir (1-rasm).



**1-rasm. Iste'mol tizimiga moddiy oqimni kiritish imkoniyatlari**

Logistika xizmatlari sohasidagi barcha ishlarni 3 asosiy guruhga bo‘lish mumkin:

- oldindan sotish, ya'ni logistika xizmati tizimini shakllantirish ustida ishlash;
- tovarlarni sotish jarayonida amalga oshiriladigan logistika xizmatlarini ko‘rsatish bo‘yicha ishlar;
- sotishdan keyingi logistika xizmati.

Savdodan oldingi xizmat maslahat berish, mahsulotni mos ravishda tayyorlash, xaridor xodimlarini o‘qitish, uskunani ekspluatatsiya qilish, zarur hujjatlarni taqdim etishni o‘z ichiga oladi. Tovarlar savdo nuqtalariga kelgandan so‘ng, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar tashish paytida yuzaga

kelgan muammolarni bartaraf etishadi, uskunani o‘rnatadilar va sozlaydilar, ya’ni ishga yaroqli holga olib keltiriladi. Sotishdan oldingi xizmat har doim bepul.

Tovarlarni sotish jarayonida turli xil logistika xizmatlari ko‘rsatilishi mumkin, masalan:

–omborda tovar zahiralarning mavjudligi;

–buyurtmani bajarish, shu jumladan assortimentni tanlash, qadoqlash, yuk birliklarini shakllantirish va boshqa operatsiyalar;

–yetkazib berish ishonchliligini ta’minlash;

–tovarlarning o‘tishi to‘g‘risidagi ma’lumotlarni taqdim etish.

Sotishdan keyingi xizmatlar - bu kafolat xizmati, mijozning da’vo majburiyatlari, almashinuv va boshqalar.

Xizmat tizimini tashkil qilishning quyidagi variantlari mumkin:

–xizmat ko‘rsatish faqat ishlab chiqaruvchining xodimlari tomonidan amalga oshiriladi;

–xizmat ko‘rsatish ishlab chiqaruvchining filiallari xodimlari tomonidan amalga oshiriladi;

–xizmat ko‘rsatish uchun asbob-uskunalarining ayrim turlarini, shuningdek ehtiyot qismlar va agregatlarni ishlab chiqaruvchilar konsorsiumi tuziladi;

–xizmat mustaqil ixtisoslashgan firmaga ishonib topshirilgan;

–xizmat ko‘rsatish ishlarini bajarish uchun xizmat ko‘rsatish bo‘yicha talablarning sifati va qanoatlantirilishi uchun to‘liq javobgar bo‘lgan vositachilar (agent firmalar, dilerlar) jalb qilinadi;

–texnik xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq ishlar sotib oluvchi korxonalar xodimlariga topshiriladi.

Logistika xizmatlarining keng assortimenti va ularning sifati o‘zgarishi mumkin bo‘lgan muhim diapazon, xizmatlarning korxonaning raqobatbardoshligi va xarajatlar miqdoriga ta’siri va boshqa bir qator omillar korxonaning iste’molchilarga logistika xizmatlari sohasida aniq belgilangan strategiyaga ega bo‘lishi zarurligini ta’kidlaydi. Logistika xizmati tizimini shakllantirishga imkon beradigan harakatlar ketma-ketligini ko‘rib chiqamiz:

–iste’mol bozorini segmentatsiyalash, ya’ni uning har biri iste’mol xususiyatlariga ko‘ra ma’lum xizmatlarni talab qilishi mumkin bo‘lgan muayyan iste’molchilar guruhlariga bo‘linishi;

–xaridorlar uchun eng muhim xizmatlar ro‘yhatini aniqlash;

–xaridorlar uchun eng muhim xizmatlarga e’tibor qaratgan holda tuzilgan ro‘yhatga kiritilgan xizmatlar reytingi;

–alohida bozor segmentlari kontekstida xizmat ko‘rsatish standartlarini aniqlash;

–ko‘rsatilayotgan xizmatlarni baholash, xizmat ko‘rsatish darajasi va ko‘rsatilayotgan xizmatlar narxi o‘rtasidagi bog‘liqlikni o‘rnatish, kompaniyaning raqobatbardoshligini ta’minlash uchun zarur bo‘lgan xizmatlar darajasini aniqlash;

–xizmatlarning mijozlar ehtiyojlariga javob berishini ta’minlash uchun mijozlar bilan fikr-mulohazalarni o‘rnatish.

Iste’mol bozorining segmentatsiyasi geografik omil, xizmat ko‘rsatish xususiyati yoki boshqa belgilar bo‘yicha amalga oshirilishi mumkin. Xaridorlar uchun ahamiyatli bo‘lgan xizmatlarni tanlash, ularning reytingi, xizmat ko‘rsatish standartlarini aniqlash turli so‘rovlar o‘tkazish orqali amalga oshirilishi mumkin. Ko‘rsatilgan xizmatlarni baholash turli usullar bilan amalga oshiriladi. Misol uchun, yetkazib berish ishonchliligi darajasini o‘z vaqtida yetkazib berilgan partiyalar nisbati bilan o‘lchash mumkin. Kompaniyaning resurslari mijozlarga ular uchun eng muhim bo‘lgan aniqlangan xizmatlarni taqdim etishga qaratilgan.

Transport xizmatini logistikaning zaruriy "aksesuari" sifatida amalga oshirishda uning asosiy printsiplari - yuqori iqtisodiy samaraga rioya qilish kerak. Ushbu tamoyilni amalga oshirishga yuqori sifatli xizmat ko‘rsatish orqali erishiladi.

Mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifatining asosiy parametrlariga quyidagilar kiradi:

–buyurtma olinganidan to yetkazib berishgacha bo‘lgan vaqt;

–ishonchliligi va talab bo‘yicha yetkazib berish imkoniyati;

–ta’minot barqarorligi;

–buyurtmani bajarishning to‘liqligi va mavjudligi darajasi;

–buyurtmani joylashtirish va tasdiqlash qulayligi;

–narxlarning ob'ektivligi va texnik xizmat ko'rsatish xarajatlari to'g'risidagi ma'lumotlarning muntazamligi;

- kreditlar berish imkoniyati bo'yicha takliflar;
- omborlarda yuklarni qayta ishlash texnologiyasining samaradorligi;
- qadoqlash sifati, qadoqlash va konteyner tashish ko'rsatkichlari;
- yetkazib berishning ishonchliligi va moslashuvchanligi;
- yetkazib berish usulini tanlash imkoniyati.

Logistika fan sifatida nisbatan yaqinda rivojlana boshladi, ammo hozir ham uning korxonalaridagi ahamiyati haqida gapirish mumkin. Logistika bo'limlari mavjud tahliliy va statistik xizmatlarni birlashtiradi. Ammo bunday bo'limning korxonaga foydasi yuqoridagi xizmatlarning bir-biridan farqli ishidan ancha yuqori. Logistika bo'limi korxonaning barcha xizmatlari ishining bo'g'ini, ta'bir joiz bo'lsa, korxonaning muvofiqlashtiruvchi markazi bo'lishi kerak.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

1. Ж.Р.Кулмухаммедов, М.М. Арипжонов, К.М. Назаров, Ф.Р.Мирзаев, Х.А. Миргиязов: Логистика асослари.
2. Аникин Б.А. Логистика. М.: ИНФРА-М.
3. Берков М.В. Информационные технологии в логистике, М.:Фин. и статистика.
4. Неруш Ю.М. Коммерческая логистика. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ.
5. Рынок и логистика. М.: Экономика.

