

TA'MINOT ZANJIRIDA LOGISTIKA XIZMATLARINI TASHKIL ETISHNING TURLARI VA AFZALLIKLARI

Hojiakbar Ergashev Ulug'bek o'g'li

Fan nomi: Ta'minot zanjirini boshqarish

Millat Umidi University

E-mail: hergashev666@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19853053>

Annotatsiya: Ushbu tezisda zamonaviy iqtisodiyotda logistika xizmatlarini tashkil etishning asosiy modellari, xususan, 1PL dan 5PL gacha bo'lgan logistika provayderlari evolyutsiyasi, ularning funksional xususiyatlari va korxonalar uchun keltiradigan strategik afzalliklari chuqur tahlil qilinadi. Ta'minot zanjirini boshqarish (SCM) doirasida logistik operatsiyalarni outsorsing qilish orqali xarajatlarni optimallashtirish, xizmat sifatini oshirish va asosiy biznes-jarayonlarga e'tiborni qaratish mexanizmlari ilmiy-amaliy nuqtai nazardan yoritib berilgan.

1. Kirish

Globalashuv va elektron tijoratning jadal rivojlanishi sharoitida logistika endilikda oddiy transportirovka yoki omborxonalar funksiyasidan chiqib, korxonalarining raqobatbardoshligini belgilovchi eng muhim strategik vositaga aylandi. Ta'minot zanjirining murakkablashib borishi, iste'molchilarning yetkazib berish tezligi va sifatiga bo'lgan talablarining ortishi kompaniyalarni logistika xizmatlarini qayta ko'rib chiqishga majbur qilmoqda.

Zamonaviy biznesda barcha logistika jarayonlarini bitta korxonalar ichida saqlab qolish har doim ham iqtisodiy jihatdan o'zini oqlamaydi. Shu sababli, logistika funksiyalarini qisman yoki to'liq professional xizmat ko'rsatuvchi provayderlarga (outsorsing) topshirish amaliyoti keng ommalashgan. Logistika xizmatlarini tashkil etish usullari "PL" (Party Logistics – logistika ishtirokchisi) xalqaro tasnifi asosida belgilanadi. Ushbu tasnif logistika xizmatlarining qamrovi, texnologik darajasi va integratsiya chuqurligiga qarab bir necha turga bo'linadi.

2. Logistika xizmatlarini tashkil etishning turlari (PL modellari)

Logistika tizimini tashkil etish darajasi va provayderlarning mas'uliyatiga ko'ra quyidagi asosiy turlarga ajratiladi:

2.1. 1PL (First Party Logistics) – Avtonom logistika

1PL modeli bu – kompaniyaning o'z mahsulotlarini yetkazib berish bo'yicha barcha logistika operatsiyalarini (tashish, saqlash, yuklash) mustaqil ravishda, o'zining transport vositalari va omborlari orqali amalga oshirishidir.

* Xususiyatlari: Logistika zanjirida faqat ikki tomon ishtirok etadi: jo'natuvchi va qabul qiluvchi. Vositachilar yo'q.

* Qo'llanilishi: Odatda, logistika talablari past bo'lgan kichik ishlab chiqaruvchilar yoki faqat bitta mintaqada faoliyat yurituvchi mahalliy korxonalar tomonidan qo'llaniladi.

* Kamchiliklari: Logistika infratuzilmasini saqlash uchun katta kapital xarajatlar (transport sotib olish, ombor qurish va saqlash) talab etiladi. Kompaniya o'zining asosiy biznesi (ishlab chiqarish yoki savdo)dan chalg'iydi.

2.2. 2PL (Second Party Logistics) – Qisman outsorsing

2PL modelida kompaniya o'z logistika zanjiridagi ma'lum bir an'anaviy xizmatlarni (asosan transport yoki omborxonalar) tashqi pudratchiga topshiradi.

* Xususiyatlari: 2PL provayderlari o‘z aktivlariga (kema, samolyot, yuk avtomobillari, omborlar) ega bo‘lgan aktivlarga asoslangan kompaniyalardir (Asset-based). Ular logistikani rejalashtirmaydi, faqat buyurtmachining ko‘rsatmasiga binoan jismoniy operatsiyani bajaradi.

* Qo‘llanilishi: Eksport-import operatsiyalarini amalga oshiruvchi kompaniyalar yuklarni uzoq masofaga tashish uchun dengiz liniyalari, temir yo‘l kompaniyalari yoki avtotashuvchilarni yollaganda qo‘llaniladi.

* Afzalliklari: Asosiy kapital xarajatlarini (transport parkini saqlash) qisqartirish imkonini beradi.

2.3. 3PL (Third Party Logistics) – Kompleks logistika outsorsingi

3PL provayderlari korxonaning logistika jarayonlarini deyarli to‘liq o‘z zimmasiga oladi. Ular nafaqat tashish va saqlash, balki qo‘shimcha qiymat yaratuvchi xizmatlarni ham taqdim etadi.

* Xususiyatlari: Xizmatlar doirasiga yuklarni qadoqlash, markirovka qilish, inventarlarni boshqarish, bojxona rasmiylashtiruvchi, qaytarilgan tovarlarni qabul qilish (teskari logistika) va IT tizimlari orqali monitoring qilish kiradi.

3PL provayderlar ham o‘z aktivlariga ega bo‘lishi, ham sub-pudratchilarni jalb qilishi mumkin.

* Qo‘llanilishi: O‘rta va yirik korxonalar, elektron savdo (e-commerce) platformalari (masalan, Amazon FBA, DHL Supply Chain) tomonidan keng qo‘llaniladi.

* Afzalliklari: Korxonaga to‘liq o‘z asosiy faoliyatiga fokus qaratish imkonini beradi. Provayder o‘zining tarmoq va IT imkoniyatlari orqali xarajatlarni optimallashtiradi.

2.4. 4PL (Fourth Party Logistics) – Integratsiyalashgan boshqaruv (Logistika integratori)

4PL modeli bu – ta‘minot zanjirini to‘liq loyihalashtirish, qurish va boshqarishni o‘z ichiga oluvchi strategik hamkorlikdir.

* Xususiyatlari: 4PL provayderi (integrator) ko‘pincha o‘zining transport yoki ombor aktivlariga ega bo‘lmaydi (Non-asset based). Uning asosiy kapitali – kuchli IT tizimlari (ERP, SCM), intellektual resurslar va menejmentdir. U mijoz nomidan bir nechta 3PL va 2PL provayderlarini boshqaradi va butun ta‘minot zanjirini optimallashtiradi.

* Qo‘llanilishi: Global ta‘minot zanjiriga ega bo‘lgan transmilliy korporatsiyalar uchun ideal yechim.

* Afzalliklari: Ta‘minot zanjiri to‘liq shaffoflashadi. Xatarlar markazlashgan holda boshqariladi. Eng yuqori darajadagi samaradorlikka IT texnologiyalar va ma‘lumotlar tahlili orqali erishiladi.

2.5. 5PL (Fifth Party Logistics) – Tarmoq logistikasi va Elektron tijorat integratsiyasi

5PL provayderlari – bu raqamli iqtisodiyot mahsuli bo‘lib, ular nafaqat bitta kompaniyaning, balki butun bir sanoat yoki bir nechta ta‘minot zanjirlarining (makro-darajada) logistikasini boshqaradi.

* Xususiyatlari: Ular asosan elektron tijorat (e-commerce) talablariga moslashgan bo‘lib, Big Data, Sun‘iy Intellekt (AI), Blokcheyn va Narsalar interneti (IoT) texnologiyalaridan foydalangan holda axborot oqimlarini va moliya oqimlarini boshqarishga ixtisoslashgan.

* Qo‘llanilishi: Katta hajmdagi ma‘lumotlarni qayta ishlovchi global savdo tarmoqlari va yirik elektron tijorat gigantlari doirasida ishlaydi.

3. Logistika xizmatlarini outsorsing qilishning strategik afzalliklari

Logistika funksiyalarini (ayniqsa 3PL va 4PL modellarida) professional tashkilotlarga topshirish biznesga qator moliyaviy, operatsion va strategik ustunliklarni beradi.

3.1. Xarajatlarni qisqartirish va moliyaviy barqarorlik

* Kapital xarajatlarni operatsion xarajatlarga aylantirish (CAPEX to OPEX): Korxonada o'z transport parkini sotib olish, ombor qurish, dasturiy ta'minot litsenziyalarini xarid qilish kabi katta kapital xarajatlardan qutuladi. Buning o'rniga u faqat bajarilgan ish (tashilgan yuk hajmi, band qilingan ombor maydoni) uchun to'lov qiladi.

* Masshtab effekti (Economies of scale): Logistika provayderlari minglab mijozlarga xizmat ko'rsatgani sababli, transport vositalaridan maksimal samarali foydalanadi (bo'sh qatnovlarni kamaytiradi). Bu esa tashish tannarxini individual kompaniyalar xarajatlardan ko'ra ancha past bo'lishini ta'minlaydi.

3.2. Asosiy biznes-kompetensiyalarga e'tibor qaratish (Focus on Core Business)

Logistika juda murakkab va vaqt talab qiladigan jarayondir. Uni boshqarish ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi kompaniya rahbariyatining energiyasini o'zlashtirib yuboradi. Logistikani outsorsing qilish orqali korxonada o'zining asosiy raqobat ustunligi bo'lgan jarayonlarga: yangi mahsulotlar yaratish, marketing, savdoni oshirish va mijozlar bilan ishlashga to'liq fokus qaratish imkoniyatiga ega bo'ladi.

3.3. Moslashuvchanlik va miqyoslilik (Flexibility and Scalability)

* Mavsumiylikka moslashish: Bozor talabi yil davomida tebranib turadi. Agar kompaniya o'z omborlariga ega bo'lsa, savdo tushib ketgan mavsumda bo'sh omborlar uchun ham xarajat qiladi. 3PL provayderlari bilan ishlashda esa, kompaniya qishda 10,000 kv.m, yozda esa atigi 2,000 kv.m joy uchun to'lov qilishi mumkin.

* Yangi bozorlarga tezkor kirish: Agar kompaniya xalqaro bozorga chiqishni xohlasa, u yerda logistika infratuzilmasini qurish yillar talab etadi.

Global 3PL yoki 4PL provayderining tarmog'idan foydalanib, kompaniya sanoqli kunlar ichida yangi qit'alarda o'z mahsulotlarini sota boshlashi mumkin.

3.4. Yuqori texnologiyalardan foydalanish imkoniyati

Zamonaviy logistika IT-yechimlarsiz ishlamaydi. O'rta va kichik bizneslar uchun WMS (Warehouse Management System), TMS (Transportation Management System) kabi qimmat tizimlarni joriy etish imkonsiz bo'lishi mumkin. Professional logistika provayderlari esa doimiy ravishda innovatsiyalarga investitsiya kiritadilar. Buyurtmachilar xizmatni outsorsing qilish orqali bevosita sun'iy intellekt orqali marshrutni optimallashtirish, real vaqt (real-time) rejimida yukni GPS orqali kuzatish va avtomatlashtirilgan hisobot tizimlaridan foydalanish imkoniga ega bo'ladilar.

3.5. Xatarlarni taqsimlash va javobgarlik

Logistika jarayonlarida yukning yo'qolishi, shikastlanishi, yetkazib berishning kechikishi yoki bojxona muammolari kabi doimiy xatarlar mavjud. Kompleks logistika xizmatlaridan foydalanganda bu tavakkalchiliklarning katta qismi provayder zimmasiga o'tadi. Provayderlar yuklarni majburiy sug'urtalaydi va belgilangan KPI (Key Performance Indicators) ko'rsatkichlarini bajarmagan taqdirda moliyaviy javobgarlikni o'z bo'yniga oladi.

4. Logistika modelini to'g'ri tanlash strategiyasi

Korxonada uchun qaysi PL modeli mos kelishini tanlashda bir necha muhim omillarni hisobga olish lozim:

1. Korxonalar hajmi va byudjeti: Kichik biznes uchun 2PL yetarli bo'lishi mumkin, o'sib borayotgan e-commerce loyihalari uchun 3PL zarur, global korporatsiyalar uchun esa 4PL eng to'g'ri yechim.

2. Mijozlarning talablari: Agar mijozlar (ayniqsa, B2C sektorida) xaridlarini ertasi kuni yoki bir necha soat ichida yetkazib berishni talab qilsa, integratsiyalashgan (3PL/5PL) logistika markazlari orqali tarqatish tizimi tashkil etilishi kerak.

3. Tijorat sirlari va maxfiylik: Ba'zan korxonalar o'zining mijozlar bazasi yoki o'ziga xos ta'minot kanallari ma'lumotlarini uchinchi tomonga berishni istamaydi, shuning uchun ular aralash (gibrid) logistika modellaridan foydalanadilar.

5. Xulosa

Logistika xizmatlarini to'g'ri tashkil etish va professional outsorsing modellarini (3PL, 4PL, 5PL) joriy qilish zamonaviy kompaniyalarning barqaror o'sishi va bozordagi mavqeini mustahkamlashning asosiy shartlaridan biridir. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, logistika funksiyalarini mutaxassislariga topshirish nafaqat transport va ombor xarajatlarini sezilarli darajada kamaytiradi, balki ta'minot zanjirining tezligi, moslashuvchanligi va ishonchliligini tubdan oshiradi.

Texnologiyalar rivojlangani sari logistika provayderlari shunchaki yuk tashuvchilardan korxonaning strategik hamkorlariga, moliya va axborot oqimlarini boshqaruvchi integratorlarga aylanib bormoqda. O'z ta'minot zanjirida zamonaviy logistika xizmatlarini (xususan, raqamlashtirilgan va ma'lumotlarga asoslangan) samarali integratsiya qila olgan kompaniyalar bugungi dinamik va shafqatsiz raqobat muhitida eng uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishadilar.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Christopher, M. (2023). Logistics & Supply Chain Management. 6th Edition. Pearson Education Limited. (Logistika va ta'minot zanjiri boshqaruvi bo'yicha dunyodagi eng nufuzli manba).
2. Chopra, S., & Meindl, P. (2018). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation. 7th Edition. Pearson. (PL modellarining strategik tahlili bo'yicha asosiy darslik).
3. Stock, J. R., & Lambert, D. M. (2001). Strategic Logistics Management. McGraw-Hill/Irwin. (Logistika outsorsingi va strategik hamkorlik asoslari).
4. Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2019). Supply Chain Logistics Management. 5th Edition. McGraw-Hill Education.