

ЗАСТОСУВАННЯ БЕНЧМАРКЕТИНГА В ЛОГІСТИЦІ

Студ. Акрамов Д.

Наук. керівник доц. Фокіна-Мезенцева К.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

В рамках ведення сучасного бізнесу поступово формується ідея про те, що конкурують між собою не самі фірми, а їх постачальницько-збутові ланцюжки, це пояснює зростаючий інтерес до логістики.

Бенчмаркінговий підхід призводить до істотної зміни процедури прийняття рішень в сфері логістичного менеджменту. Він передбачає виявлення, вивчення і використання корисного досвіду інших фірм у вирішенні проблем розвитку логістичних систем і ланцюгів, знайомство з застосуванням передових методів, що сприяє більш обґрунтованому, зваженому прийняттю управлінських рішень в області розвитку внутрішньофірмової логістики, підвищуючи цим конкурентоспроможність фірми.

До предметів вивчення бенчмаркінгу при логістизації можна віднести:

- 1) організацію каналів збуту
- 2) складське господарство (в т.ч. технічне оснащення складів)
- 3) логістичний менеджмент
- 4) транспортування і відносини з логістичними операторами
- 5) логістичні системи управління і контролю за ресурсами на всіх етапах виробничо-збутового циклу
- 6) управління інформацією в ході руху товарів (в т.ч. і наявність електронного документообігу, штрихкодування)
- 7) процес формування логістичних витрат
- 8) взаємодія з постачальниками і партнерами по бізнесу.

Процес бенчмаркінгу при логістизації можна представити у вигляді такої схеми:

1. Визначення кола проблем в функціональних областях логістики, що підлягає розгляду з позицій бенчмаркінгу.
2. Визначення сукупності факторів і змінних для аналізу стану логістики на підприємстві.
3. Відбір сукупності підприємств для зіставлення і використання досвіду, як в галузі, до якої відноситься об'єкт логістизації, так і з інших галузей. Паралельно з цим слід аналізувати зовнішню вторинну інформацію, пов'язану із застосуванням логістики іншими підприємствами, формуванням ними постачальницько-збутових ланцюжків.
4. Збір і аналіз показників відібраних для порівняння підприємств за обраними критеріями оцінки. При цьому отримана інформація класифікується, систематизується, вибирається метод аналізу і оцінюється ступінь досягнення мети і сукупність факторів, що визначають результат.
5. Порівняння отриманих результатів з власними показниками з метою визначення можливих напрямків вдосконалення.
6. Розробка плану заходів щодо поліпшення стану логістики на основі отриманої інформації.
7. Впровадження і подальший моніторинг.

Очевидно, що подібна схема проведення бенчмаркінгу повинна періодично здійснюватися знову, оскільки практика свідчить, що процес поліпшень - безмежний, оскільки наука і управління динамічно розвиваються, а це викликає відповідні зміни в області застосування логістичних підходів і методів на кращих підприємствах.

Найважливішим принципом бенчмаркінгу є схожість логістичних бізнес-процесів об'єкта логістизації із порівнюваними підприємствами, що визначає можливість застосування їх досвіду.

Проблемою, що потребує вирішення в ході бенчмаркінгу, є необхідність адаптації результатів дослідження до особливостей компанії.

Важливе значення в перспективі потрібно приділити взаємному обміну інформацією між зацікавленими підприємствами - в тому числі з різних галузей шляхом проведення конференцій з різних прикладних питань логістики та маркетингу. Джерелами інформації для проведення бенчмаркінгу в сфері логістики є інформація, розміщена в Інтернеті, відвідування тематичних виставок, особисті контакти з постачальниками, споживачами, конкурентами, представниками передових компаній інших галузей, економічні періодичні видання, дані професійних асоціацій, галузеві консультанти.

Основна користь бенчмаркінгу полягає в тому, що здійснення логістичних та пов'язаних з ними маркетингових і виробничих і функцій стає більш ефективним, оскільки досліджуються і впроваджуються кращі методи і технології інших підприємств або галузей. Це сприятливо позначиться на зниженні витрат (особливо логістичних), призведе до більш якісного задоволення потреб покупців, що створить передумови для збільшення прибутковості бізнесу, створення корисної конкуренції на ринку.

У разі відсутності необхідних ресурсів для проведення бенчмаркінгу власними силами доцільно залучати сторонні організації - консалтингові фірми в області управлінського і, зокрема, логістичного консалтингу. Таких поки недостатньо, але очевидно, що ця незаповнена ніша ринку інтелектуальних послуг для бізнесу скоро почне заповнюватися.

Література:

1. Воеводина Н.А. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ: практическое пособие [Електронний ресурс] / Н. Воеводина, А. Кулагина, Е. Логинова. – Режим доступу: http://fictionbook.ru/author/a_v_kulagina/benchmarking_instrument_razvitiya_konkur/read_online
2. Лютікова М.В. Бенчмаркинг як інструмент підвищення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / М. Лютікова, Р. Морозова, П. Сухарев. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Economics/37138.doc
3. Шевченко О.М. Економічна сутність бенчмаркінгу та його роль у інноваційному розвитку підприємства / О.М. Шевченко, Ю.М. Братусь // Бізнес-інформ. – 2014. – № 4. – С. 64–67. http://www.business-inform.net/pdf/2014/4_0/64_68.pdf

УДК 33.65

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІМПОРТНИХ ПОСТАЧАНОК: ВІТЧИЗНЯНИЙ І СВІТОВИЙ ДОСВІД

Студ. Алеєв В.О.

Наук. керівник к.е.н, доц. Фокіна-Мезенцева К.В.
Київський національний університет технологій та дизайну

Основу економічної ефективності закупівельної логістики складають пошук і закупівля необхідних матеріальних ресурсів задовільної якості за мінімальними цінами. У вивченні ринку закупівель, яке проводиться відповідними відділами фірм, питання цін - головний, але істотну роль грає також аналіз інших факторів, в тому числі можливих логістичних витрат і термінів поставок.

Для оптового покупця такий стан справ вимагає точного розрахунку витрат. Хоча ступінь впливу постачальницьких витрат на рівень загальних виробничих витрат в трудомістких і капіталомістких галузях не настільки велика в порівнянні з іншими галузями економіки, особливо матеріаломісткими, розрахунок витрат на придбання сировини та матеріалів багато в чому визначає подальшу стратегію виробництва та збуту кінцевої продукції.