

Роль логистики компании в обеспечении качества продукции (услуг) и повышении конкурентоспособности

Ивлев Виктор Юрьевич, магистрант

Тамбовский государственный технический университет

В настоящее время существует большое количество определений понятия «логистика».

Согласно одному из определений, логистика представляет собой поставку определенному потребителю требуемого продукта, который имеет соответствующее качество, необходимое количество и, кроме того, в указанное место, а также в назначенное точно время и по приемлемой цене [8, с.5].

Согласно другому определению, логистика представляет собой эффективную организацию, планирование, а также управление и контроль над запасами сырья (первичных материальных ресурсов), полуфабрикатами, комплектующими изделиями, конечной готовой продукцией и запасными частями к данной готовой продукции [5, с.10].

Соответственно еще одному определению, логистика является процессом реализации, планирования и контроля

результативности хранения и, кроме того, потока производственных запасов, а также материально-технических ресурсов [1, с.4].

Цель логистики заключается в достижении большей результативности фирмы, а также повышении ее конкурентоспособности.

Логистика организует собой информационные, материальные и, кроме того, финансовые потоки в целях выполнения логистической миссии, заключающейся в обеспечении необходимого продукта, заданного качества, в нужном количестве, в указанном месте, в точное время, для определенного потребителя и, кроме того, с лучшими затратами.

Логистическая модель упрощенно представляет собой пять взаимосвязанных уровней, которые располагаются один над другим (рис.1) [9, с.31].



Рис. 1. Наиболее общая модель деятельности современной компании

Верхним уровнем является, так называемый «Корпоративное управление», который отвечает за постановочные финансовые цели компании и, кроме того, определенные направления в использовании прибыли компании.

Ниже расположен уровень, называемый «Стратегия», который отвечает за целеполагание, поиск бизнес-идей и, кроме того, установление базовых принципов в деятельности компании, которые направляются для достижения финансовых целей.

Следующий уровень называется «Организация бизнес-системы», отвечающий за построение политик, процессов и, кроме того, структур компании соответственно выстроенной стратегии.

Далее идет блок, называющийся «Развитие бизнес-системы», представляющий собой проекты усовершенствования деятельности компании, которые переводят ее в более новое состояние.

Самым нижним уровнем является «Эксплуатация бизнес-системы», который выступает текущей операционной системой компании, являющаяся следствием решений, которые приняты на верхних уровнях.

Данная модель отчетливо показывает, что логистические задачи, которые связаны с организацией процессов, можно отнести к числу задач компании и, кроме того, развития бизнес-системы. Точнее, части, называемой бизнес-моделью или же операционной системой.

Бизнес-модель соответственно современному менеджменту — это найденное (заимствованное или же уникальное) сочетание ценностей внутренних возможностей и, кроме того, внешней среды компании, которое позволяет генерировать доход. Другими же словами, бизнес-модель представляет собой ценности, которые увидены и, кроме того, операционную систему (подсистему) компании, которая способна их удовлетворить [3, с.42].

Операционная система образуется совокупностью процессов, которые протекают в бизнес-системе, а также рождающих финансовые, материальные и информационные потоки. Операционная же система компании при детализированном рассмотрении, является совокупностью основных бизнес- процессов и, кроме того, процессов обеспечения и управления.

Процессы оказания услуг, а также изготовления продукции называют «основными бизнес-процессами».

Для того, чтобы осуществлять основные бизнес-процессы в компании следует наладить «процессы обеспе-

чения». В качестве примера данных процессов выступают уборка помещений, ремонт оборудования, на котором изготавливают продукция и т.п.

Для того, чтобы успешно реализовывать операционную деятельность компании следует налаживать процессы управления. В качестве примера указанных процессов выступают такие процессы как бюджетирование, планирование производства, управление персоналом, маркетинговые исследования и, кроме того, управление качеством (рис.2) [8, с.16].



Рис. 2. Операционная система компании в виде системы процессов

Операционная же система компании достаточно активно участвует во взаимодействии с внешней средой, т.е. от поставщиков в компанию поступают информация и материалы, на основании которых изготавливают продукцию или же предоставляют услуги. Услуги, а также продукция поступают к потребителям, компания с которыми обменивается информацией также активно.

Компанией оплачиваются материалы поставщикам, при этом потребителями оплачиваются продукция и, кроме того, услуги компании. Данные взаимодействия рождают собой материальные финансовые и информационные потоки, от результативности организации которых зависит успешность компании.

Критерием операционной эффективности (успешности) операционной системы выступают следующие финансовые показатели [1, с.65]:

- свободный денежный поток (FCF, free cash flow);
- рентабельность активов (ROA, return on assets);
- прибыль от продаж (ЕВITDA).

Следует указать на то, что операционная система самостоятельно не может управлять существенно своей результативностью — она только эксплуатирует организационные решения, заложенные в нее в следствие деятельности системы развития.

Итак, можно утверждать о пятой составляющей качества услуг или же продукции, которая выявлена, - это качественная организация деятельности компании, которая создает эту продукцию или же оказывает услуги.

Для того, чтобы выяснить взаимосвязь логистики компании и качества продукции, которая производится данной компанией, или же оказываемых услуг, следует ответить на следующие вопросы [4, с.29]:

1. На какие из пяти составляющих качества, которые выявлены, влияет логистика компании?

2. Влияет ли логистика на уровень издержек (затрат) компании?

Снижение издержек приводит к сокращению стоимости услуги (товара), что, в свою очередь, способствует повышению конкурентоспособности компании.

Таким образом, проходя через транспортные, произ-

водственные и иные звенья цепи от изначального источника к конечному потребителю, материальный поток растет, при этом он растет и в стоимости. Большая часть стоимости продукта, который прошел весь путь и попал к конечному потребителю, состоит из расходов, которые связаны с транспортировкой, хранением, упаковкой и иными операциями, которые обеспечивают продвижение материального потока.

В сферах обращения и производства применение логистики способствует [5, с.12]:

- сокращению времени прохождения по логистической цепи товаров;
- снижению транспортных расходов;
- уменьшению запасов при движении материального потока;
- сокращению затрат ручного труда и расходов на операции, связанные с грузом.

Для определения количественных параметров последствий решений логистики, следует определить некоторые условия, заключающиеся в [1, с.68]:

- определении доли прибыли в результате логистической деятельности во всей прибыли фирмы;
- проведении комплексного анализа доходов и расходов структурных подразделений фирмы и, кроме того, всех участников цепи логистики, который основан на употреблении принципа «миссий», а также единой методики исчисления издержек;
- наличии учетно-информационной системы, которая хорошо отлажена.

Таким образом, следует заключить, что роль логистики при взаимодействии с иными системами менеджмента позволяет с уверенностью утверждать о существенном вкладе данной системы компании для обеспечения качества услуг (продукции) и, кроме того, повышения конкурентоспособности. Можно говорить о том, что система логистики компании в какой-либо степени воздействует собой на каждое из пяти составляющих качества, которые были выделены. Тем не менее, механизмы указанного воздействия и инструменты, которые применяются, должны являться предметом наиболее подробного рассмотрения.



Литература:

1. Гаджинский А.М. Логистика: учебник. – М.: Маркетинг, 2012. – 484 с.
2. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: учеб.пособие. - М.: Дашков и К°, 2013. -412 с.
3. Жариков В.Д. Производственная логистика: учеб.пособие. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2012. – 64 с.
4. Козловский В.А. Логистический менеджмент: учеб.пособие. – СПб.: Политехника, 2011. – 275 с.
5. Корсаков А.А. Основы логистики: учеб.пособие. – М.: МЭСИ, 2011. – 69 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебник. – СПб: АОЗТ «Литера плюс», 2014. – 698 с.
7. Логистика: учеб.пособие / Под редакцией Б.А. Аникина. – М.: ИНФА-М, 2013. – 327 с.
8. Мишина Л.А. Логистика: конспект лекций. – М.: Экзамен, 2013. – 160 с.
9. Неруш Ю.М. Логистика: учебник. – М.: Инфра-М, 2011. – 520 с.
10. Новиков О.А. Логистика: учеб.пособие. – СПб.: Бизнес-пресса, 2011. – 208 с.
11. Основы логистики: учеб. пособие / Под ред. Л.Б. Миротина. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 200 с.
12. Родников А.Н. Логистика: терминологический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
13. Родионова В.Н. Логистика: конспект лекций. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2009. – 136 с.
14. Сивохина Н.П. Логистика: учеб.пособие. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2010. – 224 с.