

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ганченков Антон Андреевич

магистрант, Волгоградский государственный технический университет, РФ, г. Волгоград

Передунова Светлана Викторовна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и управление»,
Волгоградский государственный технический университет, РФ, г. Волгоград

В течение последних лет произошло увеличение значимости закупок продукции производственно-технического назначения в деятельности промышленных предприятий, особенно в тех странах, которые являются промышленно-развитыми. Функции закупки превратились из обычных технических функций в исключительно важные, что преимущественно основывалось на соблюдении принципов долгосрочных партнерских отношений.

В современной экономике, продукт не только производится, но и реализуется (т.е. производится продукт, учитывая рыночные потребности). Помимо этого, желательно осуществить производство продукта при минимальных затратах ресурсов в цепи поставок. А для этого нужно, с одной стороны, обеспечить необходимый уровень оптимизации собственно производственных и логистических процессов , а с другой стороны – обеспечить поддержание постоянного баланса между потребностями и поставками, что реализуется на основе интеграции и балансирования локальных процессов по всей протяженности цепи создания добавленной стоимости.

Управление цепями поставок, наряду с управлением жизненным циклом изделий, управлением финансами, управлением производством и логистикой является одним из элементов управления предприятием. А грамотное управление цепями поставок предприятия обеспечивает стратегическое конкурентное преимущество предприятия на рынке.

Управление цепями поставок в общем понимании представляет собой подход, способствующий эффективной интеграции поставщиков, производителей, дистрибьюторов и продавцов. Управление цепями поставок, учитывая сервисные требования клиентов, способствует обеспечению наличия нужного продукта в нужное время в нужном месте с минимальными затратами [1].

Управление цепями поставок выполняет следующие функции [1]:

- эффективная интеграция поставщиков, производителей, дистрибьюторов и непосредственных точек продаж товарной продукции;
- эффективное распределение производимой продукции, то есть направление ее в нужное место и в необходимом количестве, а также в указанное время;
- снижение стоимости продукта с учетом пределов цепи и с учетом гарантии обеспечения высокого уровня услуг.

В рамках управления цепями поставок рассматриваются все возможные факторы, которые оказывают влияние на себестоимость товара и соответствие его требованиям потребителей.

Ключевая цель управления цепью поставок заключается в том, чтобы повысить эффективность функционирования цепи по всей его длине и ширине: стоимость в пределах цепочки (поставщики → производители → потребители) должна быть как можно ниже. Ключевые задачи управления цепями поставок заключаются:

1) в повышении рентабельности организации в условиях акцентирования **ВНИМАНИЯ на: повышении доходов, использовании рекламы, уменьшении себестоимости;**

2) в достаточной координации всех логистических видов деятельности в пределах цепи поставок создать для клиента ценный товар, а для каждого звена цепи поставок - повысить прибыльность;

3) в анализе требований клиентов и координации усилий всех звеньев (фрагментов) цепи поставок лучшим образом, быстрее и эффективнее улучшить организацию услуги клиентам, а также повысить свой финансовый уровень.

Концентрация внимания компании на управлении цепями поставок может создать настоящее стратегическое конкурентное преимущество компании и существенно увеличить стоимость бизнеса в долгосрочной перспективе. В связи с этим, процесс организации эффективной цепи поставок может потребовать применения комплексного подхода и непрерывной работы над всеми ее элементами, направленной на оптимизацию системы. Проанализировав лучшие мировые практики в сфере управления цепями поставок выделим обобщенные рекомендации российским компаниям в отношении оптимизации системы управления поставками в России [2,3].

Во-первых, необходимо повышать уровень качества услуг. Понимание требований клиентов к процессу организации поставок является основой для того, чтобы сделать цепочку поставок оптимальной. В первую очередь, необходимо оценить возможные требования потребителя к количественным значениям. Потребители могут потребовать договоренности о сроках поставки в часах или днях, о размере максимальных партий, об уровне качества упаковки и прочих различных опциях, которые касаются оказания услуг.

Во-вторых, необходимо управлять сложностью процессов. Управление сложностью услуг представляет собой один из самых эффективных рычагов, которые используются для того, чтобы снизить сложность и себестоимость во всей цепочке поставок.

В-третьих, необходимо дифференцировать сеть поставок. Уровень эффективности сети поставок напрямую зависит от того, насколько в ней учитываются различия движущихся товаров и отражаются товарные потоки компании.

В-четвертых, необходимо постоянно рассчитывать эффективность цепочки поставок.

Можно сделать вывод о том, что управление поставками в целом способствует формированию стратегического конкурентного преимущества российских предприятий. Мероприятия по организации эффективных цепей поставок, проводимые отечественными предприятиями, в целом соответствуют мировой практике, тем не менее, требуют усилий по локализации и адаптации под российские условия бизнеса.

Список литературы:

1. Проценко О.Д., Проценко И.О Логистика и управление цепями поставок
2. La Londe B.J., Masters J.M. 1994. Emerging logistics strategies: Blueprints for the next century. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management. Vol. 24. No 7. PP. 35–47.

3. Mentzer J., DeWitt W., Keebler J., Soonhoong M., Nix N., Smith Ñ., Zacharia Z. 2001. Defining supply chain management. Journal of Business Logistics. Vol. 22. No 2. PP. 1-25.