

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ МИКРОЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Одним из важных факторов достижения гармоничного и эффективного функционирования процессов на предприятии является наличие тесной взаимосвязи всех звеньев логистической системы, и непосредственно взаимодействие подразделений предприятия с логистикой управления. Деятельность логистики по оптимизации материальных потоков становится нецелесообразной без наличия гармоничных и продуктивных рабочих отношений между функциональными подразделениями. Внедрение концепции Just in Time предполагает быструю и своевременную реакцию на изменяющуюся среду (колебания спроса и предложения) каждого отдела организации с целью удовлетворения потребностей заказчика.

В основе успешного функционирования предприятия лежит тесная взаимосвязь отдела маркетинга с логистикой управления. Маркетинг и логистика являются частями единого процесса – процесса удовлетворения запросов потребителей. Маркетинг формирует и определяет возникший спрос, а логистика обеспечивает продвижение товарного потока к потребителю.

Одной из важнейших функций логистики является эффективная организация материально-технического обеспечения потребителей. В условиях "рынка покупателя" к данному процессу со стороны потребителей предъявляются высокие требования, которые заключаются не только в стремлении удовлетворить потребности производства в материально-технических ресурсах, но и в получении удобного логистического сервиса при минимальном уровне затрат (рис. 1). Чтобы в полной мере выполнить эти требования и удовлетворить потребителей, необходима активная маркетинговая деятельность [1].



Рисунок 1 – Взаимодействие маркетинга и логистики

Задача службы маркетинга на предприятии заключается в том, чтобы держать курс на потребителя, постоянно следить за тем, что ему нужно, изучать новые технологии и новые материалы, появляющиеся на рынке ресурсов, а

также следить за деятельностью конкурентов, определять слабые и сильные их стороны, исходя из этого определять направление совершенствования своей деятельности, доводить эту информацию до всех других подразделений предприятия. Таким образом, разработчики получают от маркетинговых служб информацию о развитии продукта, о том, в каком направлении нужно совершенствовать выпускаемую продукцию и какую новую разрабатывать. Логистика же обязана, исходя из полученной информации, довести в определенный срок продукт необходимому потребителю в соответствии с предъявляемыми требованиями. Ориентация на потребителя является одним из ключевых аспектов деятельности логистической концепции точно в срок. А качество выполнения операций, новизна выпускаемой продукции, актуальность ее на рынке, своевременность выполнения заказа входит в обязанности отдела маркетинга [2].

Для производственного предприятия существенную роль играет взаимодействие логистики и отдела планирования производства. Данная взаимосвязь заключается в том, что производство напрямую зависит от своевременной доставки необходимого сырья и материалов на рабочее место, в нужном количестве. Следовательно, служба логистики, а точнее действующая логистическая система, которая организывает и контролирует прохождение материального потока, должна принимать участие в планировании производства и непосредственно принятии решений о запуске продукции в производство, так как обеспечение производственного отдела необходимыми ресурсами, требуемого количества и качества является одной из функций микрологистической системы [3].

Кроме взаимодействия логистики и производства в рамках снабжения, логистика напрямую взаимодействует с процессами сбыта готовой продукции. Управляя материальными потоками в процессе реализации товаров, имея актуальную и полезную информацию о рынке сбыта от отделов маркетинга, логистическая система должна также участвовать в составлении производственных графиков выпуска готовой продукции, с целью избежание дефицитов или же профицитов продукции на складах [3].

Доставка сырья и материалов на предприятие, перемещение незавершенной продукции между рабочими участками, является необходимой функцией логистического управления. При нарушении данной функции в области взаимодействия производства и логистики из-за несогласованности подразделений результатом является увеличение запасов на разных участках производства, а также создание дополнительных нагрузок на оборудование.

Любой деятельности на производственном предприятии по управлению материальными потоками сопутствуют также большие расходы. Следовательно, применение микрологистических систем для оптимизации бизнес-процессов требует тесной связи с деятельностью отдела финансов (рис. 2).

Например, определяя оптимальные объемы запасов, количество закупаемых ресурсов в соответствии с производственным графиком, должна ориентироваться не только на экономическую выгоду данных процессов, но и на реальные финансовые возможности предприятия. Совместное решение отделов логистики и финансирования ведутся при закупке необходимого и высококачественного оборудования, необходимого для эффективного функционирования логистических процессов. Функция учета и контроля транспортных и складских затрат также ведется двумя отделами.



Рисунок 2 – Финансовые потоки

Немало важно достижение высокоорганизованного персонала на предприятии с целью достижения поставленных стратегических целей. Создание квалифицированных, высокомотивированных сотрудников есть ключевая функция в тандеме логистика и менеджмента. Принятие правильных решений, достижение лидирующих позиций на рынке, эффективное осуществление политики достижения целей, а также выбор стратегического направления развития предприятия возможно только при условии, если все операции качественного выполняются персоналом. Зачастую, корнем некоторых провалов, или можно сказать сбоев в логистической системе, является не сам процесс производства, транспортировки, большие издержки, отсутствие рынка сбыта или же слабое технологическое оснащение, а неправильно построенная система управления персоналом на всей логистической цепи. Исходя из данных требований, предъявляемых к персоналу, существует необходимость поднимать знания в технологии производства, складской и транспортной логистики, информационных компьютерных систем, экономических основ. Подготовка персонала- основная область взаимодействия логистики, а именно каждого участника производственного процесса, с отделом маркетинга и является неотъемлемой частью процесса оптимизации производства с помощью внедренного микрологистической системы. Наиболее эффективные и результативные концепции, например, система точно в срок, требует высокой подготовки сотрудников.

Внедрение микрологистической системы на предприятии требует высокого технологического развития. С целью достижения необходимого уровня на предприятии должна быть налажена система отношений логистики с инвестиционным менеджментом. Инвестируя в данную сферу, то есть в производственные мощности, новые технологии производства, логистическая система должна гибко и своевременно реагировать на изменения в закупочной логистике, изменениях внутрипроизводственный логистических операциях, в связи с усовершенствованием технологий.

Деятельность предприятия является сложным организационным процессом. Для достижения высокого уровня конкурентоспособности предприятия тре-

будет максимально эффективным и рациональным использованием внедренной микрологистической системы. Эффективное использование концепции точно в срок подразумевает оптимизацию процессов на каждом рабочем участке движения товара, устранение возможных потерь, оказывающих негативное влияние на предприятие, а также налаженную систему организации управления между отделами.

Список цитированных источников

1. Бердник, К.О. // Взаимосвязь логистических и маркетинговых процессов на предприятии / К.О. Бердник // Сб. конкурсных науч. Работ студентов и магистрантов/ Брест. гос. техн. ун-т. – Брест, 2014. – С.178-181.
2. Бердник, К.О. // Оптимизация бизнес-процессов с точки зрения логистики и маркетинга / К.О. Бердник // Сб. конкурсных науч. Работ студентов и магистрантов / Брест. гос. техн. ун-т. – Брест, 2014. – С.175-178.
3. Положение об отделе логистики [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа <http://kadrovik.by/topic/15559/>. – Дата доступа: 03.05.2015.

УДК 658.512

Бердник К.О.

Научный руководитель: Омельянюк А.М.

МЕХАНИЗМ ВНЕДРЕНИЯ МИКРОЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЕ

Повысить эффективность и качество выполнения ключевых бизнес-процессов, оптимизировать движение материальных потоков, создать единую систему организации- результативное решение данных задач на сегодняшний день невозможно осуществить без использования современных микрологистических систем. Однако, с целью максимально эффективного функционирования предприятия, как единого целого, при внедрении микрологистической системы, следует учитывать особенности предприятия, его уровень развития в сфере логистики, а также конкурентную среду.

Правильный выбор микрологистической системы на прямую зависит от эффективности функционирования производственного предприятия. При выборе микрологистической системы следует отталкиваться от результатов анализа деятельности предприятия и учитывать стратегию и цели своей компании. Как правило, такой выбор состоит из нескольких этапов (рис. 1).

Первый этап зависит от уровня развития логистики в данной стране, и конкретно на предприятии. Исторически сложились четыре фундаментальные парадигмы логистики: аналитическая, технологическая, маркетинговая, интегральная. Каждая из парадигм означает уровень логистического развития предприятия, которому соответствуют свои критерии (рис. 2) [1].

Аналитическая парадигма не способна координировать и структурировать все процессы проходящие на предприятии, в условиях развития современных технологий.

Технологическая парадигма, не способна приспособиться к изменяющимся условиям бизнеса. К ней относятся такие системы, как MRP (Material Requirements Planning – Планирование материальных потребностей), MRPII (Manufac-