

ЛОГИСТИКА – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА

Мачихина Н.К., Ленская О.Л.

*Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
Российский заочный институт текстильной и легкой промышленности
Москва, Россия*

Стабильность и финансовое благополучие предприятия обеспечивается его деловой активностью и поведением в том или ином сегменте рынка. В условиях конкурентной борьбы следует постоянно отслеживать появление новых, более дешевых и достаточно эффективных разработок, своевременно адаптироваться к изменению ситуации на рынке и соответственно пересматривать существующие принципы функционирования фирмы. Устоявшиеся понятия, пути организации и ведения бизнеса, приемлемые и устраивающие руководство предприятия вчера, могут негативно повлиять на динамику развития предприятия сегодня. Чтобы не только достигнуть, но и удержать позицию лидера предприятию необходимо повышать уровень технологичности и эффективности бизнес-процессов. Успех в привлечении потенциальных клиентов зависит от оперативности и четкости выполнения требований заказчика. Несоблюдение хотя бы одного из требований может привести к потере потребителей и соответствующей доли рынка.

В условиях конкуренции клиенты имеют возможность сравнить и выбрать лучший уровень сервиса и, соответственно, предъявляют повышенные требования к его качеству. Качество логистического обслуживания — это удовлетворение запросов потребителей, выраженное в надлежащем выполнении заказов, отсутствии ошибок, эффективном предоставлении услуг, а также постоянном стремлении к повышению уровня сервиса.

Система управления логистическим обслуживанием основана на следующих принципах:

- ориентация на потребителя;
- ориентация на бизнес-процесс;
- ориентация на предотвращение ошибок и сбоев;
- ориентация на постоянное совершенствование.

Основные концепции логистического обслуживания: Customer Satisfaction и Consumer Service. Их суть в построении таких отношений с потребителем, в рамках которых возможно решение практически всех его проблем на основе изучения его потребностей («клиент всегда прав»). Основная задача заключается в помощи заказчику сделать свой бизнес более эффективным и прибыльным.

Реорганизация и реструктуризация компаний с целью роста эффективности бизнеса на основе логистического подхода дает дополнительные

возможности для дальнейшего снижения затрат и себестоимости продукции, повышения качества обслуживания потребителей. Одно из условий распространения концепции логистики в России как основы построения бизнеса – готовность российского предпринимателя к кардинальному изменению отношения к потребителю и партнерам.

По мнению аналитиков, руководителям многих российских компаний логистические методы управления достаточно хорошо известны, но применяются лишь в отдельных случаях и, часто, на интуитивном уровне, в связи с чем задача разработки научной и методологической основы для эффективного применения логистической концепции в бизнесе является весьма актуальной для российских ученых.

Логистика представляет собой бизнес-концепцию, базирующуюся на вовлечении отдельных взаимосвязанных элементов в общий процесс с целью предотвращения нерационального расходования ресурсов компании. Логистическая система компании эффективно работает на потребителя тогда, когда основные ее элементы, такие, как закупки, производство, хранение, транспортировка и распределение, действуют как единый четко отлаженный механизм. По данным Европейской логистической ассоциации, применение логистических разработок способно сократить время производства товаров на 25%, снизить себестоимость производства продукции до 30%, сократить объемы материально-технических запасов от 30 до 70%.

Логистическая деятельность носит интегрированный характер, охватывая все этапы от момента возникновения потребности в товаре до момента ее удовлетворения:

- изучение рынка, прогнозирование уровня спроса, поиск потребителей и заключение договоров на поставку готового товара, включая платежно-расчетные операции;
- приобретение сырья, основных и вспомогательных материалов, а также других ресурсов, необходимых для производства готовой продукции в соответствии с заказом;
- непосредственное изготовление продукции;
- реализация заказа, включая хранение готовой продукции на складе и ее отгрузку.

Функции логистики можно описать следующим образом: потребитель должен получить необходимые по качеству и количеству товары в нужное время, в нужном месте, от надежного поставщика с хорошим уровнем обслуживания, при определенном уровне затрат.

Для систематизации логистических процессов, а также внедрения логистического управления в повседневную деятельность компании необходимо создать самостоятельное подразделение — службу логистики. Она должна напрямую подчиняться руководству фирмы.

В организационной структуре компании почти все функции управления взаимосвязаны с логистической системой. Поэтому служба логистики должна тесно взаимодействовать с различными функциональными подразделениями фирмы, обеспечивая оптимизацию их деятельности и системную устойчивость компании. Создание такой службы позволяет увязать в единую систему задачи логистического управления внутренними бизнес-процессами компании и бизнес-процессы партнеров и потребителей.

В структуре службы логистики все функции, необходимые для эффективного выполнения заказа, объединены в мощный централизованно-управляемый механизм, позволяющий решать задачи практически любой сложности ответственно, слаженно и профессионально.

Понимание выгод эффективного взаимодействия функциональных отделов и службы логистики, наличие эффективной системы коммуникации между подразделениями и поддержка руководства компании способны внести значительный вклад в реализацию стратегической цели фирмы. Внедрение современного логистического управления в практику предпринимательства способно повысить организационно-экономическую устойчивость фирмы на рынке. Использование концепции логистики – один из основных резервов, позволяющих снизить уровень общих затрат ресурсов предприятия.

К ВОПРОСУ О ПРЕДПРИМАТЕЛЬСКИХ РИСКАХ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Милевич А.С.

ПТК «Стальной канат»

Кемерово, Россия

Риски присутствуют в любой сфере человеческой деятельности и в быту. Они порождаются множеством условий, ситуаций и факторов. Практически во всех сферах: экономической, политической, социальной, природной – возможно возникновение рисков при принятии решений. В этих же сферах предприниматели малого бизнеса рисуют своей деятельностью.

Так, в экономической сфере они подвержены производственным, сбытовым (реализационным), финансовым, инновационным, информационным, ценовым и страховыми рисками. Политическая сфера может нести риски валютные, инфляционные, кредитные (заемные), налоговые, инвестиционные. Социальная сфера для малого бизнеса тоже является рисковой, в ней могут возникнуть демографические, миграционные, квалификационные, а также риски безработицы и достойной оплаты труда. Не обходит стороной малый бизнес и природная сфера. Она несет погодные, экологические и биологические риски.

В такой рисковой зоне, в постоянно усложняющейся экономической обстановке, шанс на

выживание, успех и процветание имеют только те предприятия малого бизнеса, владельцы которых смогут контролировать возможные риски и управлять ими.

Проблема риска в хозяйственной деятельности не нова. Исторически она возникла с развитием товарно-денежных отношений и рыночной экономики. С появлением проблемы на Западе, в науке появляются многочисленные теории рисков, классики экономической теории активно стали изучать проблемы риска в предпринимательской деятельности.

Определенный вклад в изучение и развитие теории рисков внесли А. Смит, Й. Шумпетер, А. Маршалл, также П. Хейне, Дж. Миль, И. Сен-ноир, Т. Бачкай, Д. Мессен, Ф. Рутти другие.

В отечественной экономической литературе эта проблема также не нова. На заре советской власти был принят ряд законодательных актов, в которых содержалось понятие производственно-хозяйственного риска. Но с середины 30-ых годов 20 столетия категория «риск» была объявлена буржуазным понятием, не свойственным для государства с плановым характером развития экономики, при которой государственные органы планировали и распределяли. К тому же административно-командная система управления государственной экономикой не допускала развития предпринимательства.

Экономические преобразования, происходящие с началом перестройки в России, дали возможность предпримчивым людям открыть собственное дело. Государство отказывается от единоличного носителя ответственности за возникшие риски, переложив всю ответственность на самих предпринимателей. Следует отметить, что испытать свои силы в бизнесе попытались многие, но нарастающий в государстве кризис, приводит к банкротству почти 70 % малых предприятий. Одной из главных причин убыточных предприятий стал фактор неучтенного риска.

В настоящее время проблема риска в малом бизнесе в нашей стране становится актуальной. Появляется специальная литература по предпринимательским рискам, но ее очень мало. Фундаментальных исследований по данной проблеме, по существу, нет. Но следует отметить определенный вклад таких отечественных ученых как А. Абчук, А. Альгин, С. Жизнин, Ю. Осипов, Б. Райзберг, С. Валдайцев, А. Первозванский и Т. Первозванская. Анализ публикаций этих экономистов показывает, что среди отечественных исследователей нет единого мнения даже по определению термина «предпринимательский риск».

Изучению малого бизнеса в Сибирском Федеральном округе автор посвятил более 10 лет. Являясь предпринимателем, он изнутри смог исследовать конкретные проблемы малого бизнеса.

Следует отметить, что в настоящее время в округе работают 98,9 тысяч коммерческих предприятий (без выделения предприятий малого