

ФАКТОР ВРЕМЕНИ В ЛОГИСТИКЕ ЗАКУПОК КАК ОСНОВА ПОЛУЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА



**ВЯЧЕСЛАВ
БАРИНОВ**

Саратовский ГТУ
им. Гагарина Ю.А.,
аспирант

Каждая организация ставит перед собой задачу повысить эффективность деятельности: стремится к снижению затрат и повышению качества выпускаемой продукции, и, как следствие, к получению конкурентного преимущества.

Конкуренция, основанная на факторе времени, может быть определена как своевременное реагирование на потребности клиента [1]. Данное определение говорит о том, что организации необходимо сконцентрировать свои возможности на задаче своевременного реагирования на потребности клиента. В данной ситуации время служит оценкой того, как долго клиенту придется ждать, чтобы получить конкретный товар или услугу. Конкуренция по времени означает, что для получения преимуществ необходимо быть самым оперативным.

Довольно часто высказывается мнение о невозможности одновременного обеспечения и низких затрат, и высокого качества, или низких затрат и скорости реагирования, или скорости реагирования и высокого качества. Полагаться на подобное мнение нецелесообразно, так как при достаточном вложении в предупреждение дефектов отличное качество фактически сокращает затраты.

Когда организация начинает делать упор на сокращение времени реагирования, то обычно первыми результатами бывают сокращение запасов и ускорение оборачиваемости активов. Вслед за этим фактически снижаются и накладные расходы. Дальнейшая нацеленность на сокращение времени реагирования поможет выявлять возникающие сбои и узкие места в системе, мешающие развитию организации, и планомерно устранять их. Поэтому, стремясь к сокращению времени, организация на самом деле нацеливается на снижение затрат и повышение качества товаров и услуг.

Логистическое управление закупочной деятельностью на предприятиях автомобильной промышленности, являющееся частью общей интегрированной стратегии организации по развитию бизнеса, ставит перед собой задачу снизить затраты на закупку основных материалов и повысить производительность, которая может решаться двумя способами:

1. Снижение непосредственно стоимости закупаемых материалов;
2. Снижение стоимости каждого шага процесса закупок в целом, выраженного во временных, (следовательно, и денежных) затратах организации.

В рамках данной статьи автором будет рассмотрен второй способ, так как снижение затрат времени на осуществление логистических операций является актуальным направлением деятельности предприятий.

Для начала рассмотрим те преимущества, которые получит организация при снижении временных затрат на закупку материалов:

1. Повышение скорости реагирования на потребности клиентов: сокращение времени на закупку материалов непосредственно сказывается на времени запуска производства, а значит, и на удовлетворении потребностей клиентов. Чем быстрее будет реакция на потребность, тем лояльнее со временем станут клиенты и увеличится количество сделок. Более того, привыкнув к такой практике, сами клиенты начнут получать экономию за счет сокращения запасов на своих складах.
2. Снижение степени риска благодаря меньшей зависимости от прогнозов: сокращение времени осуществления закупки поможет организации более гибко организовать своё производство и тем самым сократить период прогнозирования спроса. Чем меньше период прогнозирования, тем более надежными будут прогнозы, а значит, снизится риск неудовлетворения клиента. К тому же, сокращение запасов закупаемых материалов и готовой продукции позволят высвободить оборотный капитал.
3. Ускорение разработки и выпуска на рынок новой, более совершенной продукции: сокращая срок закупки материалов, организация будет способна к более быстрым разработкам новой продукции.
4. Большая доходность новой и существующей продукции: точнее удовлетворяя потребности клиентов и внедряя инновационные технологии на рынок быстрее, чем конкуренты, организация может продлить период продаж продукции на рынке, назначить более высокую цену, завоевать новых клиентов, обеспечив себе и своим поставщикам большую прибыль. К тому же, обеспечение большей доходности существующей продукции за счет

АННОТАЦИЯ

Данная статья рассматривает фактор времени как один из видов затрат, которыми необходимо управлять в логистическом менеджменте закупочной деятельности для повышения эффективности всей логистической системы, а также приводится метод выявления и анализ возможных причин возникновения непроизводительных затрат времени на примере общего процесса осуществления закупочной деятельности. Подобные затраты могут привести к увеличению расходов и в стоимостном выражении, что, безусловно, является новой областью деятельности для руководителей предприятий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Фактор времени, закупки, конкуренция.

ANNOTATION

This article examines the factor of time as a kind of expenses, which needs to be managed in the purchasing logistics activities for the increase of the whole logistics system efficiency. Also it provides the method of detecting and possible root causes analysis of emerging non-productive time expenses in general purchasing activities process as an example. Such costs can bring to the increase of expense in terms of value, and therefore is undoubtedly a new field of action for organizations' managers.

KEYWORDS

Time factor, purchasing, competition.

требует сокращения времени. В рамках данной статьи автор всё же сосредоточит внимание на логистическом управлении закупочной деятельностью.

Рассмотрим, каким же образом можно сократить непроизводительные затраты времени. Первый путь — это упрощение. Другими словами, необходимо избавиться от ненужных шагов в процессе. К примеру, шаг «размещение заказа» на рисунке 2 может быть устранен путем подписания подробного плана поставок либо внедрением технологии VMI. Второй способ — контролировать правильность выполнения самого процесса, ведь может случиться так, что процесс сам по себе выстроен правильно, но ввиду сложившихся привычек исполнители производят действия так, как им удобно, а не так, как необходимо. Возможно, они также не понимают причин такой последовательности. Здесь потребуется дополнительное обучение и разъяснительная работа. В-третьих, необходима более тесная интеграция процесса закупок с другими процессами логистической системы для более быстрой, точной и полной передачи информации внутри системы. С этой целью можно использовать такие простые безбумажные системы, как канбан, на основе информационных технологий, в частности e-mail, а также более сложные интегрированные информационные системы, объединяющие потоки информации не только внутри организации, но также и у поставщиков и конечных клиентов.

Также необходимо определиться, какие действия в процессе закупок должны идти строго последовательно, а какие могут быть выполнены параллельно, иными словами, необходимо координировать операции процесса. К примеру, сократить время на заключение договора можно, если отсылать рамочный договор поставщикам на этапе запроса коммерческих предложений. Во-первых, это поможет поставщикам сразу ознакомиться с требованиями организации и определиться, готовы ли они к даль-

нейшему сотрудничеству или нет. Во-вторых — этот шаг покажет поставщикам серьезность намерений организации и поможет им проявить большую заинтересованность в клиенте, так как на основе этих требований поставщики будут предлагать более реалистичную цену на закупаемую продукцию. Это поможет избежать и частых изменений условий закупок.

Существует ещё один метод — автоматизация. Специалисты рекомендуют использовать его в самую последнюю очередь, когда предыдущие дали результаты по сокращению времени, потому что не стоит автоматизировать то, что приносит убытки. Данный метод в логистике закупок заключается в применении автоматизированных систем учета, приемки продукции (например, технологии RFID), автономизации процесса размещения заказов и т.д. Подобные технологии повышают надежность и скорость логистического управления закупочной деятельностью, но могут быть крайне дорогостоящими. Это является еще одной причиной, почему рекомендуется прибегать к автоматизации в последнюю очередь.

Таким образом, ориентация на сокращение времени в процессе логистического управления закупочной деятельностью помогает выявить узкие места и непроизводительные затраты не только во временных единицах, но и в стоимостном выражении, так как чем быстрее будет осуществлен процесс, тем меньше непроизводительных затрат будет понесено.

Библиографический список:

1. Харрисон Алан, Ван Хоук Ремко. Управление логистикой: Разработка стратегий логистических операций/ Пер. с англ под науч. ред. А.Е. Михайцева. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. — 368 с.
2. Дыбская В.В., Сергеев В.И. Логистика. — М: Эксмо, 2011. — 944 с.

10-й Юбилейный Всероссийский Антикризисный ТОРГОВЫЙ ФОРУМ

6 ИЮНЯ 2012
Holiday Inn Московские Ворота
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Организатор:
forum imperia

Компетентный Поставщик-2012:
Потребительский рынок Северо-Запада
Стратегии работы с сетями Food/Non-food

✓ **ГЛАВНОЕ О ФОРУМЕ:**

- Главный ежегодный встреча поставщиков товаров food/nonfood с первыми лицами сетевой и «несетевой» розницы Северо-Запада России
- 200 делегатов со всей страны

✓ **УЧАСТНИКИ ФОРУМА:**

- Генеральные и коммерческие директора компаний-производителей и дистрибуторов продуктов питания и напитков, сопутствующих товаров и товаров для дома
- Топ-менеджеры международных, федеральных и региональных сетей Северо-Запада
- Известные консультанты и эксперты ведущих исследовательских компаний потребительского рынка (РБК, INFOline и др.)

✓ **В ПРОГРАММЕ ФОРУМА:**

- 4 секции, 30 выступлений
- семинары из цикла «Звезды Российского Консалтинга™»
- Выдающая факс-сессия на теплоходе по Неве в лиц сезона «больших ночей»

3 простых способа участвовать в форуме

Тел./факс: (495) 730 7906, (812) 327 4918
E-mail: imperia@imperiaforum.ru
Вебсайт: www.no-crisis.ru