

во-первых, широкое совмещение операций выполняемых исполнителями с учетом индивидуальных возможностей повышения производительности труда;

во-вторых, организация обработки разнородного ассортимента продукции в сочетаниях, обеспечивающих максимальную загрузку рабочих мест;

в-третьих, организация различных маршрутов обработки широкого ассортимента продукции в режимах одновременного или последовательного изготовления всех видов изделий.

в-четвертых, обеспечение возможностей оптимизации объемов незавершенного производства, уменьшения длительности производственного цикла изготовления продукции и как следствие ускорение оборачиваемости оборотных средств.

Таким образом, для улучшения использования организационного потенциала предприятий в условиях динамичной рыночной конъюнктуры целесообразно внедрять и сочетать различные организационно-технические формы поточного производства продукции в режиме свободного ритма, что существенно повышает мобильность и маневренность производственной системы.

Список использованных источников

1. Организация производства на предприятиях легкой промышленности : учебное пособие / В. А. Скворцов. – Витебск : УО «ВГТУ», 2007. – 210 с.
2. Современные проблемы организации производства, труда и управления на предприятиях легкой промышленности Республики Беларусь / Е. В. Ванкевич [и др.] ; под науч. ред. Е. В. Ванкевич, В. А. Скворцова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2010. – 284 с.
3. Ковтуненко, А.Н. Повышение конкурентоспособности экономики Беларуси / А. Н. Ковтуненко. – Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2008. – № 12. – С. 87-94.
4. Скворцов, В. А. Методы выявления резервов организационно-технического совершенствования поточных линий / В.А. Скворцов, П.А. Ткаченко. – Витебск. – Вестник УО «ВГТУ». – 2010. – Выпуск 18. – С. 159-164.

УДК 658.7.011.1

СИСТЕМА ЗАДАЧ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

М. А. Слонимская, доцент

*Витебский филиал УО ФПБ «Международный университет «МИТСО»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Сфера услуг занимает важное место в современной экономике, однако подходы к построению логистической системы и решению задач логистики с учетом специфики данной сферы разработаны пока не достаточно. Практический опыт, накопленный в промышленно развитых странах в области логистики, показывает, что в концептуальном плане теоретические основы логистики должны базироваться на методологиях: системного анализа, кибернетического подхода, исследования операций и экономико-математического моделирования [1, с. 72]. Задачи в сфере логистики могут быть сгруппированы или классифицированы по различным признакам. Одна из классификаций, предложенная Д. Риопель, А. Ланжевен, Дж. Кэмпбелл [2, с. 19], основана на трехуровневой иерархии, включающей уровень стратегического планирования, сетевой уровень и операционный уровень. На каждом из уровней выделяются конкретные задачи и соответствующая им входная информация в виде результатов решений, принятых на предыдущих этапах. Авторы выделяют 48 задач применительно для промышленных предприятий.

Основываясь на изложенном подходе к классификации задач логистики нами предлагается их перечень применительно к предприятиям сферы обслуживания, который представлен в таблице 1. На рисунке 1 указанные задачи представлены в виде системы, демонстрирующей сложность взаимосвязей между отдельными задачами и их группами при принятии решений.

Весь представленный в виде системы комплекс задач логистики приходится решать не каждой организации – некоторые из них могут быть переданы сторонним организациям на аутсорсинг. Аутсорсинг позволяет повысить эффективность выполнения логистических операций для компании-клиента. Используя аутсорсинг второстепенных функций (в том числе логистических) компания-заказчик может сосредоточиться на тех функциях, которые свойственны именно ей, т.е. на своих ключевых компетенциях.

Уровень стратегического планирования. Стратегия описывает принципиальный образ действий, выбранный для того, чтобы достичь установленных целей. При проектировании логистической стратегии исходной точкой становится всесторонний анализ стратегии более высокого уровня, позволяющий понять, каким образом логистика может внести свой вклад в ее реализацию.

Таблица 1 - Перечень задач логистики для предприятия сферы обслуживания

<p>1. <u>Уровень стратегического планирования</u> 1. Определение необходимого уровня обслуживания клиентов 2. Постановка целей обслуживания клиентов</p>	<p><u>Совершенствование процесса оказания услуги</u> 10. Анализ процесса оказания услуги 11. Оптимизация процесса оказания услуги</p>
<p>2. <u>Сетевой уровень</u> <u>Формирование информационно-коммуникационной системы</u> 3. Разработка конфигурации информационно-коммуникационной системы 4. Построение информационно-коммуникационной сети</p>	<p><u>Управление закупками и снабжением</u> 12. Определение типа закупок 13. Составление спецификаций на закупаемые материалы / компоненты 14. Выбор поставщиков 15. Определение времени и размера заказов 16. Определение процедуры контроля качества</p>
<p>3. <u>Операционный уровень</u> <u>Прогнозирование спроса</u> 5. Прогнозирование размера, времени и местоположения заказа</p>	<p><u>Обработка заказов</u> 17. Определение процедур размещения заказов 18. Выбор средств передачи информации о заказе</p>
<p><u>Управление производственными мощностями и запасами</u> 6. Разработка стратегии управления производственными мощностями и запасами 7. Определение относительной важности производственных мощностей и запасов 8. Выбор методов контроля размера производственных мощностей и запасов 9. Определение необходимого размера производственных мощностей и уровня запасов</p>	<p>19. Определение процедур подборки заказов 20. Определение процедур сопровождения заказа</p>

Источник: собственная разработка

Маркетинг диктует, какой следует быть логистике. Важнейший стратегический вопрос заключается в том, чтобы найти оптимальный уровень обслуживания клиентов, который содействовал бы заключению прибыльных сделок. Прежде всего, необходимо добиться по-

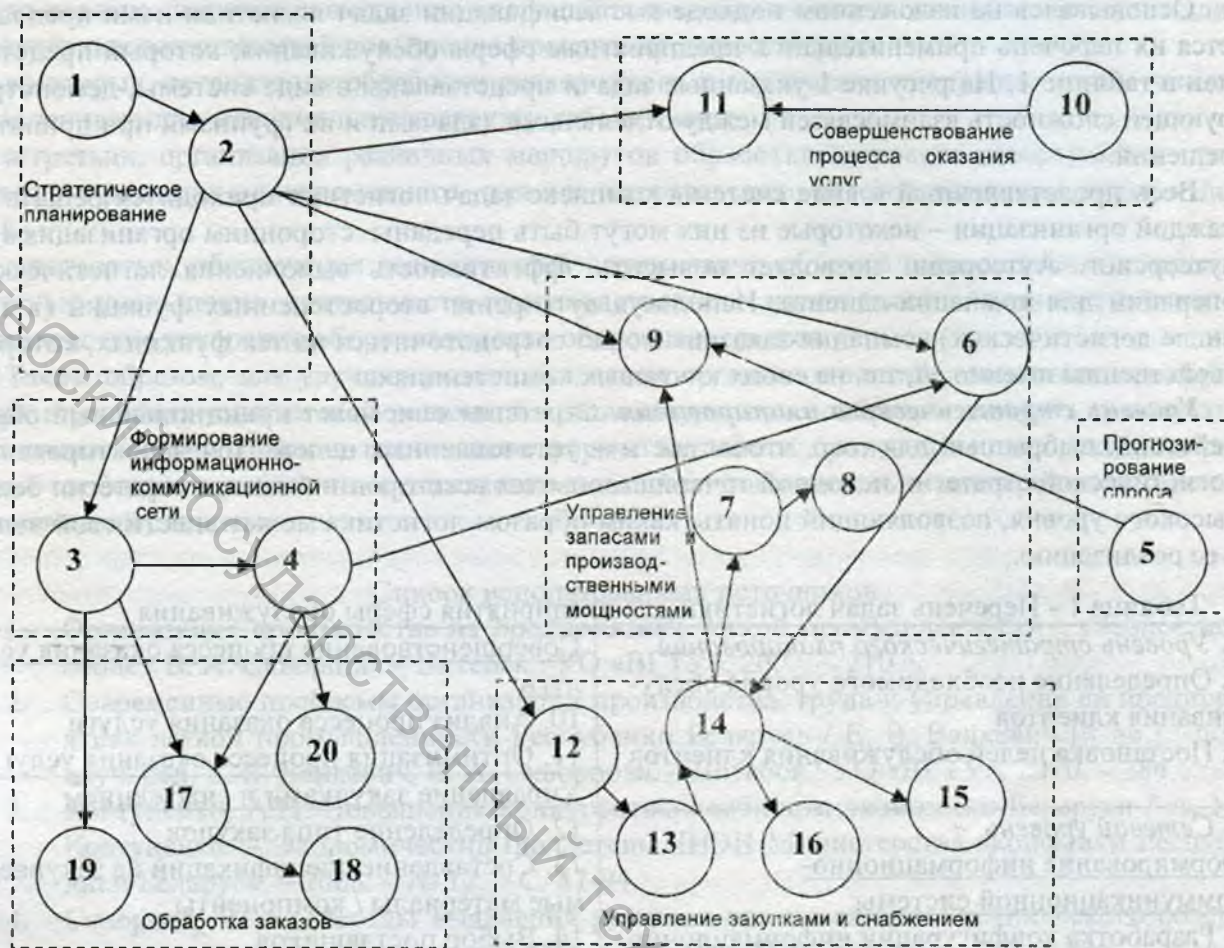


Рисунок 1 – Система задач логистики для предприятия сферы обслуживания

Источник: собственная разработка

нимания требований покупателя к обслуживанию путем проведения подробных исследований рынка. При этом важно выявить значение, которое придают клиенты фактору обслуживания в сравнении с такими элементами комплекса маркетинга, как цена, характеристики товара и продвижение, а также важность для них отдельных компонентов обслуживания.

Сетевой уровень. Логистическая система представляет собой сложное взаимодействие различных информационных потоков, которые циркулируют внутри системы и за ее пределами, образуя взаимосвязь между внешней средой и конкретной логистической компанией. Самые главные полезные функции, которые несут в себе информационные технологии в логистике – это ускорение процесса получения и обработки заказов, а также упрощение планирования и оценки результатов. Современные технологические решения позволяют организовывать процесс размещения заказа быстрее и с меньшим количеством документации, что не только дает преимущество по скорости, но и снижает количество ошибок.

Операционный уровень. Задачи операционного уровня касаются более коротких промежутков времени и решаются на более низком уровне иерархии по сравнению с задачами сетевого уровня и стратегического планирования. Эти задачи объединяются в следующие пять групп: прогнозирование спроса, управление производственными мощностями и запасами, совершенствование процесса оказания услуги, управление закупками и снабжением, обработка заказов.

Прогнозирование спроса. Результаты краткосрочного и долгосрочного прогнозирования спроса являются исходной точкой и основой логистического планирования. Прогнозируется размер, время и место будущей потребности по видам услуг. Для существующих видов

услуг прогнозирование может осуществляться методом традиционного моделирования на основе данных об истории оказания услуг, выявлении факторов спроса и тенденций их изменения с учетом разработанной стратегии маркетинга. Для новых видов услуг и отдаленных горизонтов времени используются более сложные методики прогнозирования.

Управление запасами. Управление запасами занимает центральное место в системе задач логистики. Решения в данной сфере зависят от значительного количества принятых ранее и влияют на принятие многих последующих. Стратегия управления запасами зависит от целей обслуживания клиента и от доступности необходимых данных в информационной сети, а так же базовых характеристик товара и характера спроса.

Поскольку услуга представляет собой действие или результат, а не материальный предмет, который будет принадлежать потребителю, она не может физически храниться на складе для реализации в будущем. Сервисная фирма может иметь необходимые средства, оборудование и персонал, но они представляют собой лишь производственные мощности, а не сам продукт. Следовательно, одной из важнейших задач логистики в сфере услуг становится поиск средств, позволяющих устранить несоответствие между спросом и максимальной производительностью предприятия. Данную задачу можно решить, увеличивая или уменьшая объем производимых компанией услуг (изменяя количество сотрудников или оборудования, а также размеры обслуживаемых территорий) в соответствии с прогнозируемыми колебаниями спроса [3, с. 48].

Управление закупками и снабжением. Логистика снабжения является первой логистической подсистемой, основная цель которой – управление материальными потоками и услугами в процессе обеспечения организации материальными ресурсами и услугами. В обобщенном виде цель снабжения – гарантировать, чтобы организация имела надежную поставку материалов соответствующего качества, необходимого объема, в нужное время, от квалифицированного поставщика, с высоким уровнем сервиса и по приемлемой цене.

Обработка заказов. Заказ, полученный от потребителя, запускает в действие весь логистический процесс. Поскольку цикл обработки заказа – ключевая область взаимодействия клиента с поставщиком, скорость и точность видов деятельности в компании, связанная с обработкой может оказать большое влияние на то, как клиент воспринимает качество обслуживания, и тем самым – на степень его удовлетворенности. Самым эффективным способом приема заказов и их размещения является единая информационная система, связывающая поставщиков и клиентов на основе автоматического считывания кодов товара при продаже и передаче информации в базу данных поставщика.

Таким образом, выполнение всего перечня задач, включенных в систему позволяет сформировать качественную и рациональную систему оказания услуг на предприятии сферы обслуживания.

Список использованных источников

1. Дыбская В.В. Логистика: Учебник / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова; под ред. В.И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2009.
2. Logistics systems: Design and Optimization / edited by André Langevin and Diane Riopel. USA: Springer. 2005.
3. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия, 4-е изд.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.