

# **4 бөлім – Интернет коммерция – Жеткізу жүйелерінің менеджменті**

---

**Operations Management**

by

**R. Dan Reid & Nada R. Sanders**

4th Edition © Wiley 2010



# Сабақта не өтіледі?

---

- Жеткізу жүйелерінің құрылысын сипаттау
- Жүйедегі мәселелер – қамшы әсері
- Жеткізу жүйесіне әсер етер трендтер
- Интернет коммерция
- Жаһандық мәселелер



# Жалғасы

---

- «Жасыл» жеткізу жүйелерінің менеджменті
- Сатып алу бөлімінің функциясы
- Жеткізушілермен болатын мәселелер
- Жеткізушілермен стратегиялық серіктестік құру



# Жалғасы

---

- Жеткізу менеджментіндегі этика
- Дистрибьюция
- Жеткізу жүйелерінің тиімділігін бағалау



# Жеткізу жүйесі және ЖЖМ

---

**Жеткізу жүйесі - дайын өнімді/қызметті тұтынушыға жеткізуде атқарылатын барлық әрекеттердің жиыны.**

- Шикізаттарды табу, алып келу, қоймада сақтау, тапсырысты қабылдау, дистрибьюция, жеткізу.

**Жеткізу жүйесінің менеджменті (ЖЖМ) - желідегі барлық нүктелерді байланыстыратын өте маңызды функциялық бөлім.**

- Өндірушілерден дистрибьюторларға дейінгі тауардың қозғалысын үйлестіру, басқару.
- Жүйедегі элементтер арасында болжамдар, сатылым, жеңілдіктер және т.б. туралы мәліметтерді тарату

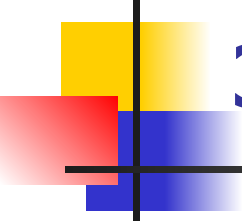
# Өндіруші үшін ЖЖМ элементтері



---

- **Сыртқы жеткізушілер** – шикізаттың көзі
  - 1-деңгейлі жеткізуші
  - 2-деңгейлі жеткізуші
  - 3-деңгейлі жеткізуші
- **Ішкі функциялар** – өңдеу
  - Тапсырысты өңдеу, сатып алу, жоспарлау, сапасын бақылау, жеткізу

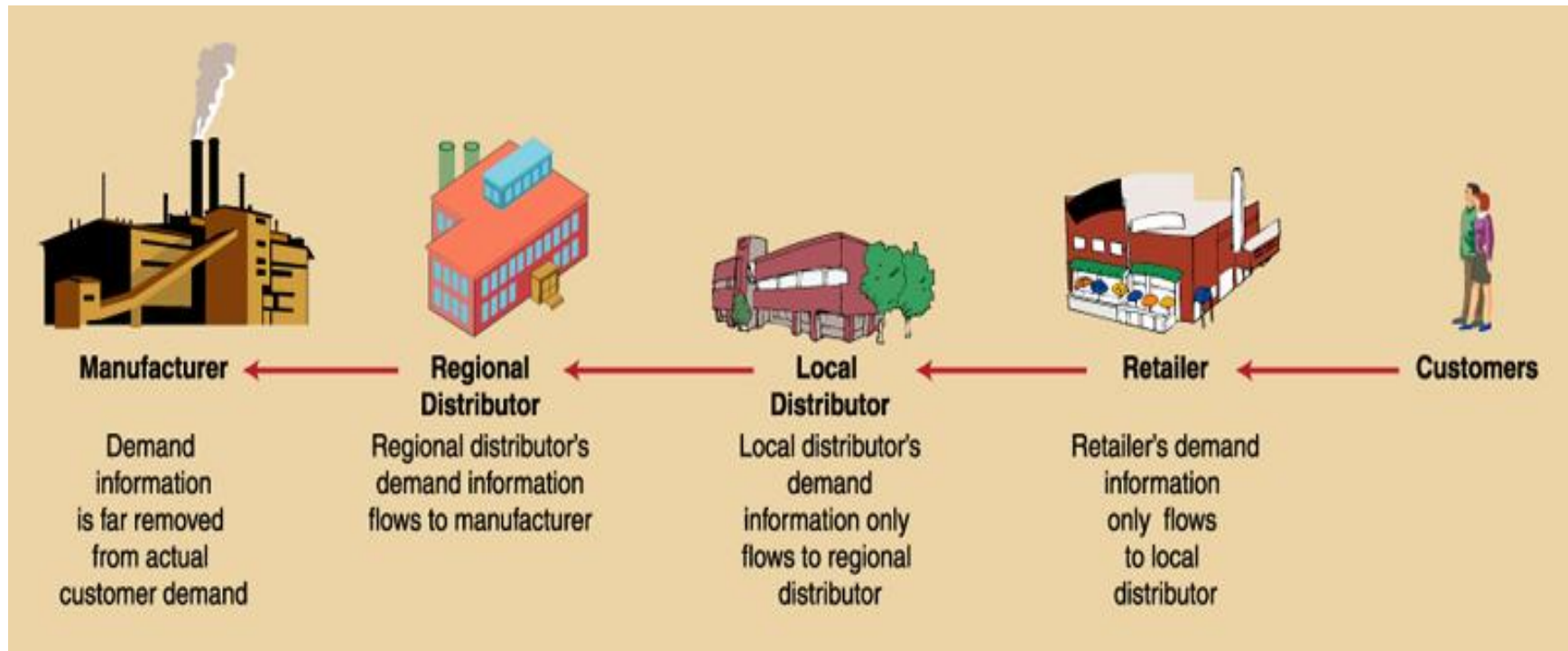
# Жеткізу жүйесінің элементтері



Сыртқы Дистрибьюторлар дайын өнімді керекті жерлерге жеткізеді. Логистика менеджерлері тауардың бір жерден екінші жерге тасымалдануын қамтамасыз етеді.

- Жеткізу менеджменті – сатып алынатын және сатылатын тауарлар мен материалдардың қандай тәсілмен тасымалданатын шешу.
- Дистрибуция менеджменті – материалдардың өндірушіден тұтынушыға тасымалдануы

# Дәстүрлі жеткізу жүйесінің құрылымы







# Жүйедегі мәселелер

---

Қамшы әсері – анық емес, өзгертілген ақпараттың жеткізу жүйесінің бойында таралуы.

## **Мәселелер мына себептерден туындайды:**

- Сұраныстың дұрыс болжанбауы
- Тапсырыстың дұрыс берілмеуі
- Баға өзгерісі
- Әділетсіз ойындар



# Қамшы әсері

---

## Мәселені шешу жолдары

- Жеткізу жүйесінің әр бөлімі арасында сұраныс туралы ақпаратты уақытында жеткізіп отыру
- Сұранысты дәлірек бағалау жүйесінің сапасын арттыру
- Тапсырыстың дұрыс берілуін қадағалау
- Бағаны тұрақтандыру
- Әділетсіз ойындарға жол бермеу



# ЖЖМ әсер еткен трендтер

---

- Ақпараттық технология – интернет, ішкі порталдар, сайттар, код сканерлеуші құралдар, сұранысты жобалаушы бағдарламалар
- Онлайн коммерция - интернет арқылы бизнес жүргізу



# Онлайн Коммерция

---

- Бизнес-бизнес (B2B) E-commerce – бизнес бизнеске тауарын не қызметін сатады.
- Бизнес -тұтынушы Business-to-Consumer (B2C) E-Commerce – онлайн бизнес иелері бірден соңғы тұтынушыға тауарын/қызметін сатады.



# Онлайн Коммерция

---

B2B онлайн бизнесінің артықшылықтары

- Әкімшілік шығындар азаяды
- Әлемдік жеткізушілердің қолжетімдігі
- Қойма шығындарының төмендігі
- Тауар сапасының жоғарылығы (себебі сатып алушы мен сатушы интернет арқылы тығыз қарым қатынаста болады)



# Онлайн Коммерция

---

## Business-to-Consumer (B2C) E-Commerce бизнесінің түрлері:

- Жарнама Табыс Моделі
- Жазылым Табыс Моделі
- Транзакциялық Табыс Моделі
- Сатылым Табыс Моделі
- Аффилеттік Табыс Моделі

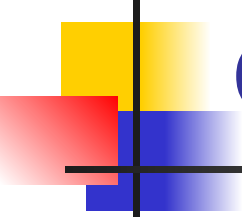


# Жаһандық мәселелер

---

- **ЖЖМ** келесі жаһандық трендтер мен мәселелерді назарға алуы керек:
- **Тұтынушылардың күтілімі мен бәсеке** – күш тұтынушы жаққа қарай ығысқан.
- **Жаһандану** – жаңа нарықтарды бағындыру  
**Мемлекет және Онлайн Коммерция** – Интернетті реттеудегі мемлекеттің орны
- **Жасыл ЖЖМ** – қайта өңдеу, экологиялық тиімділік, қалдықтарды азайту.

# Жаһандық ЖЖМ факторлары



---

- **Жаһандық ЖЖМ-ге өту арқылы күрделі жағдайларға тап болуымыз мүмкін:**
  - **Инфрақұрылым мәселесі:** тасымал, коммуникация, білімді жұмысшылардың тапшылығы, жергілікті шикізаттың аздығы
  - **Өнімді шығару мәселесі:** жергілікті нарықты ескеріп, әрбір нарыққа өнімді арнайы шығару



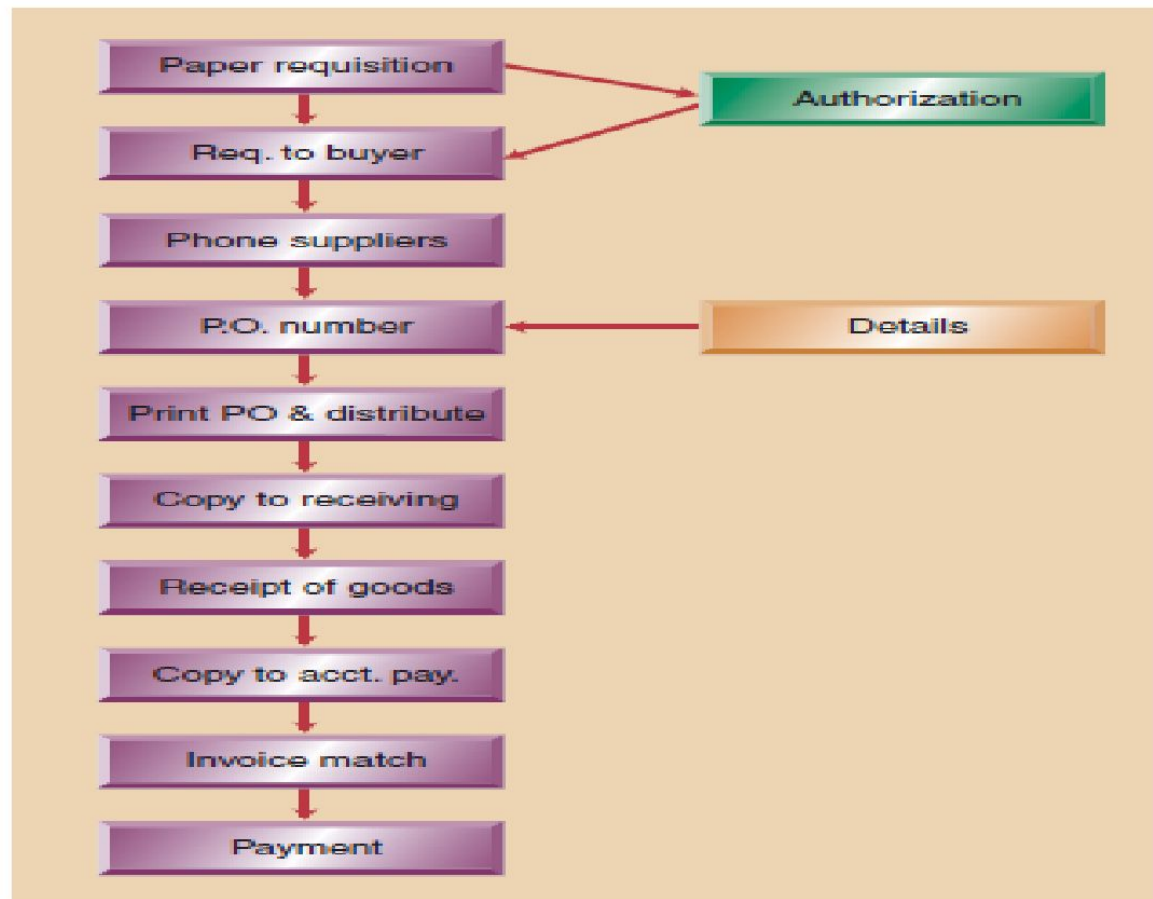


# Сатып алу бөлімінің міндеті

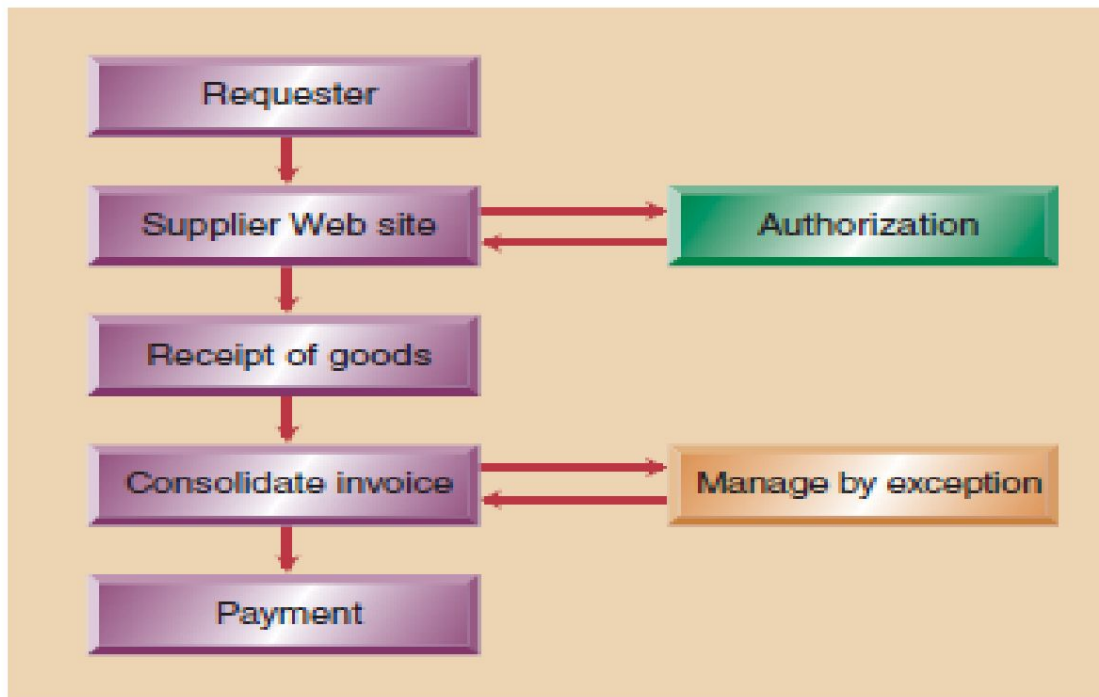
---

- ЖЖМ бөлімінің аса маңызды бөлімі болып табылады
  - Жеткізушілерді таңдау
  - Ұзақ мерзімді келісімшарттарды жүргізу
  - Жеткізушінің сапасын бақылау
  - Тапсырыс беру
  - Сапалы жеткізушілердің базасын жасау
  - Жеткізушілермен жақсы қарым қатынаста болу

# Дәстүрлі сатып алу бөлім



# Онлайн сатып алу процесі





# Жасау немесе сатып алу

---

Жасау/сатып алу шешімін қабылдаудан бұрын келесі сұрақтарға жауап беру керек:

- Бұл өнім/қызмет фирманың табыстылығы үшін қаншалықты қажет?
- Бұл өнім/қызмет біздің негізгі артықшылығымыз ба?
- Бұл шешім компанияның ісін ары қарай жалғастыруы үшін керек пе?

# Жасау (Make) немесе Сатып алу (Buy) талдауы

- Бұл талдау сатып алғандағы және жасаған кездегі шығындарды ескере отырып жасалынады.

Total Cost of Outsourcing :

$$TC_{Buy} = FC_{Buy} + (VC_{Buy} \times Q)$$

Total Cost of Insourcing :

$$TC_{Make} = FC_{Make} + (VC_{Make} \times Q)$$

Indifference Point :

$$FC_{Buy} + (VC_{Buy} \times Q) = FC_{Make} + (VC_{Make} \times Q)$$

# Жеткізушімен жақсы қарым қатынас орнату



---

Сапалы, мықты жеткізушілер –  
фирманың сәттілігінің кепілі

- Жеткізушіні таңдаудың негізгі үш критеріі:
  - Баға
  - Сапа
  - Уақытында жеткізу



# Жеңіс-жеңіс серіктестігі

---

Ұзақ мерзімді қатынастар

Стратегиялық бағыт

Ақпарат алмасу

Тәуекелдерді бөлісу

Ортақ түсінік

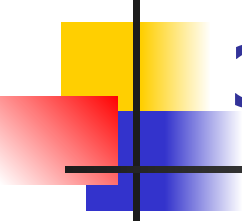
Ұзақ/қысқа мерзімді жоспарлармен бөлісу

Соңғы тұтынушыға бағытталу

## ■ Серіктестіктің пайдасы

- Дизайн бөлімінде ертерек жеткізушімен байланыс орнату
- Шығындарды азайтуда жеткізушінің тәжірибесін қолдану, бірігіп шығындарды азайту.
- Уақыт тиімділігі

# Жеткізу менеджментіндегі этика



---

- Ұйымға беріліп жұмыс істеу
- Жұмыс істеушілермен әділ болу
- Мамандығыңа сену, оның принциптерінен аттап кетпеу



# Жеткізу жүйесіндегі дистрибьюция



---

- Дистрибьюция үшін қоймалардың маңызы зор
- Завод қоймалары
- Аудандық қоймалар
- Жергілікті қоймалар
- Қоймалар пайдалану мақсаты бойынша:
  - Жалпы – ұзақ мерзімді сақтау мақсатында
  - Дистрибьюция – қысқа мерзімді мақсаттарда қолданылады



# ЖЖМ интеграциясы

---

## ■ Шаралар

- Жалпы жеткізу жүйесіне талдау жасау
- Ішкі функцияларды біріктіру
- Сыртқы жеткізушілерді серіктестік арқылы интеграцияға енгізу

## ■ Жеткізушінің мақсаттары

- Сатылым көлемін өсіру
- Тұтынушының сеніміне кіру
- Шығындарды азайту
- Сұранысты анық болжау
- Пайданы көбейту



# ЖЖМ интеграциясы

---

- Өндірушінің мақсаттары
  - Шығындарды азайту
  - Тиімділікті арттыру, бір істі қайталамау
  - Сапаны арттыру
  - Өндіру уақытын азайту
  - Жеткізушілерді процеске ерте енгізу
  - Сатуға кететін уақытты азайту



# Не істеу керек?

---

1. Жеткізу жүйесіндегі элементтерді жиі тексеріп отыру, олардың қажеттілігіне талдау жасау
2. Сұранысты бақылап отыру
3. Тұтынушыға тауарды қалай жеткізу керектігі туралы ойлану
4. Капиталдың қолдану тиімділігін арттыру



# Жалғасы

---

5. Қашан болатынын, не болатынын білу
6. Жеткізу жүйесін бейнелеу
7. Дамуды тексеріп отыру, мониторинг жасау



# Қалдықты азайту

---

- Артық өндіру: қажетінен көп өнімді өндіру
- Жүйедегі процестер арасындағы үзіліс: мүмкіндігінше азайту
- Артық тасымал процесі: ішкі және сыртқы қозғалысты қамтиды



# Қалдықты азайту

---

- Жұмысшылардың артық қозғалысы: жұмысқа келу уақытын азайту
- Қойма шектен артық тауар сақтау
- Орынды, кеңістікті жақсы қолданбау
- Бір істі қайтадан істеу: қайта өндіру, жөндеу жұмыстарына жеткізбестен бұрын дұрыс істеу



# Жеткізу жүйесінің индекстері

---

## ■ Жеткізу жүйесінің индекстері

- Дәстүрлі көрсеткіштер
  - Инвестицияның қайтарылымы
  - Пайдалылық
  - Нарықтағы үлес
  - Кірістің өсуі
- Қосымша көрсеткіштер
  - Тұтынушыға қызмет көрсету деңгейі
  - Қоймадағы тауарлардың айналымы
  - Жеткізуге кететін уақыт





# Жеткізу жүйесінің индекстері

---

- Тұтынушылардың талабы бойынша келесі көрсеткіштер де есте болу керек.
  - Кепілдімеге кеткен шығындар
  - Қайта өткізілген тауарлар көлемі
  - Тауардың іске жарамсыздығынан туындаған шығындар
  - Компанияның жауап беруге кеткен шығыны
  - Транзакциялық шығындар