

КӘСІПОРЫННЫҢ ЛОГИСТИКАЛЫҚ ТАРАТУ ЖҮЙЕСІН ҰЙЫМДАСТЫРУДЫ ЖЕТІЛДІРУ БАҒЫТТАРЫ

ЖОСПАР:

1. Кіріспе.

2. Негізгі бөлім.

2.1. Логистикалық тарату жүйесінің маңыздылығы

2.2. Логистика, оның ішінде тарату жүйесінің қалыптасуы жайлы.

2.3. Тарату жүйесін бизнеске енгізу жайлы

2.4. Логистикадағы тарату жүйесі бизнес құралы ретінде.

2.5. Логистикадағы тарату концепциялары

2.6. Бизнеске тарату жүйесін енгізудегі атқарылуы тиіс
логистикалық функциялар

2.7. Логистикадағы тарату жүйесі концепцияларының факторлары

2.8. Логистика және маркетинг концепцияларының қатар дамуы.

3. Қорытынды.

4. Пайдаланылған әдебиеттер.

1. Кіріспе.

Логистикалық тарату жүйесінің өзектілігі және оны зерттеуге деген қызығушылықтың артуы логистикалық әдісті қолдануды ашатын материал өткізуші жүйелердің тиімді қызмет етуін жоғарылататын потенциалды мүмкіндіктерімен түсіндіріледі. Логистикалық тарату жүйесі шикізат пен жартылай фабрикаттарды сатып алу мен дайын өнімді тұтынушыға жеткізгенге дейінгі уақыт аралығын қысқартуға мүмкіндік береді, материалды қорлардың күрт қысқаруына әсер етеді.

Логистикалық тарату жүйесін қолдану ақпарат алу үрдісін жеделдетіп, қызмет көрсету деңгейін жоғарылатады.

Логистикалық тарату жүйесіне деген отандық ғалымдардың, жоғарғы оқу орындарының оқытушыларының, ғылыми-техникалық жұмысшылардың, өнеркәсіп және көлік кәсіпорындарының менеджерлерінің, инженерлер мен бизнесмендердің қызығушылығы тек отандық экономика үшін жаңа және айтуға ыңғайсыз терминмен ғана емес, сондай-ақ өнеркәсібі дамыған елдер экономикасында логистикалық әдісті қолдану арқасында алынған әсерлі нәтижелерімен түсіндіріледі.



2. Негізгі бөлім.

2.1. Логистикалық тарату жүйесінің маңыздылығы

Шетел тәжірибесі көрсеткендей, қазіргі бизнесте логистикалық тарату жүйесі стратегиялық маңызды орынға ие. Осы салада табысқа жеткен көптеген мамандардың компания басшылығындағы жоғарғы қызмет орындарына жылжитыны кездейсоқ емес. Қазіргі уақытта алдыңғы қатарлы фирмалардағы

Логистикалық тарату жүйесінің дәстүрлі функционалды салалары стратегиялық инновациялық (жаңартпа) жүйе құра отырып, жалпы ақпараттық-компьютерлік платформа негізінде бірікті. Логистикалық тарату жүйесіндегі негізгі қызмет көрсетушілердің қолма қол қыруа, қорларды, кадрларды басқару, ақпаратты жүйелердің ұйымдастырылуы, коммерциялық қызмет және т. б. жатады. Аталған әрбір функция сәйкес салалық осы презентацияда терең зерттеліп, баяндалған. Логистикалық тарату жүйесі тәсілінің жаңалығы - негізгі өзара байланыс.



2.2. Логистика, оның ішінде тарату жүйесінің қалыптасуы жайлы.

Материалды ағымдарды басқару әр уақытта шаруашылық қызметтің маңызды жағы болып табылатын. Дегенмен, ол тек жақында ғана экономикалық өмірдің маңызды функцияларының біріне айналды.

Негізгі себебі - өндірістік және сауда жүйелерінің тұтынушының тез өзгеріп отыратын талғамына жылдам икемделуі қажеттігін туғызған сатушы нарығынан сатып алушы нарығына өту.

Шет елдердің көпшілігінде логистикалық ассоциациялар, ұйымдар мен қоғамдастықтар құрылып, тиімді қызмет етіп отыр. Логистика, оның ішінде тарату жүйесі, салыстырмалы түрде жас және белсенді дамушы ғылым мен бизнес сферасы болып табылады.

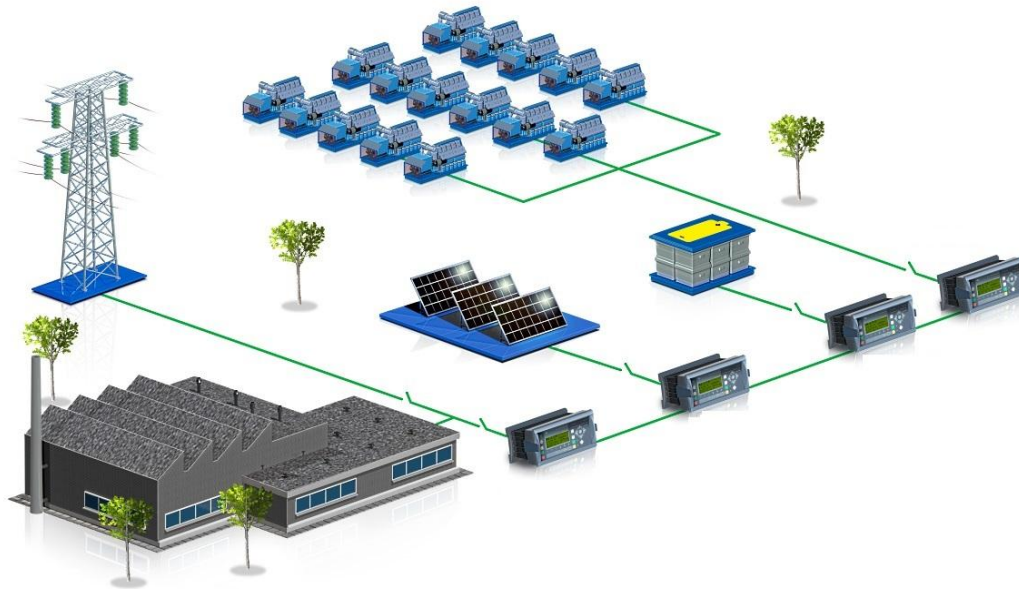
Шет елде логистика және тарату жүйесі соңғы онжылдықта тез дамыды.

Қазақстан үшін логистикалық таратудың өндірістік, сауда, көлік және ақпараттық жүйелердің қалыптасуы мен дамуы өте маңызды, себебі ол біздің елдің әлемдік экономикалық және ақпараттық кеңістікке интеграциялануын тездетуге мүмкіндік береді.



Өнеркәсібі дамыған мемлекеттердің экономикалық әдебиетінде логистикалық мәселердің алатын орны маңызды және оның дамуын зерттеуге көптеген еңбектер арналған.

Логистиканың тәжірибелі тәсілдерді және ғылыми көзқарасты талап етуі Қазақстанның нарықтық қатынастарға көшуінің бастауымен сай келді. Отандық бизнестегі логистикалық көзқарастың мүмкіндіктерін және қарқынын бүгінгі күнгі Қазақстандағы әлеуметтік-экономикалық, саяси жағдайдан және экономикалық реформалар қадамының болжамынан бөліп жарып қарауға болмайды.



2.3. Тарату жүйесін бизнеске енгізу жайлы

Тарату жүйесін енгізуде заманауи әдістемелерді, экономикалық тиімділікті, шет ел кәсіпорындарында логистикалық концепциялар мен әдістерді қолдану тәжірибесі кеңірек қарастырған жөн.



Бизнес практикасына тарату жүйесі әдістерін енгізу көптеген фирмаларға тұтынушы күтімін арттыруға, логистикалық сервис сапасын өсіруге, өндірістегі, жабдықтаудағы және өткізудегі өнімнің барлық қор түрлерін қысқартуға, айналым капиталының айналымдылығын жеделдетуге, өндірістің өзіндік құнын төмендетуге, бөлуге тиісті шығындарды төмендетуге, тауарлар және қызметтермен тұтынушылардың толық қанағаттандырылуын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Осы тұрғыдан зерттеу жұмысының өзектілігін көруге болады.

Қазақстан Республикасындағы тарату жүйесінің даму жағдайы мен болашағының көшбасшылары ретінде, High Tech Logistic ЖШС және Хак Групп АҚ логистикалық кәсіпорындарының іс-әрекетін жан-жақты талдаудан, Қазақстан Республикасы кәсіпорындарында үздік компаниялардың тарату жүйесін жетілдіру жолдарынан көрінеді.

Сонымен қатар, зерттелген компанияның ғаламторлық саясаты төңірегінде логистика қызметін тиімділігін арттыру, тәжірибедегі мәселелерін шешу жолдарын көрсетіп, ұсыныстар көре аламыз.



2.4. Логистикадағы тарату жүйесі бизнес құралы ретінде.

Логистикадағы тарату жүйесі (бизнес позициясынан) кең мағынада - бұл материалдық және сервистік ағымдармен, сонымен қатар оларға қосымша ақпараттық және қаржы қаражаттарын ұтымды (жалпы шығынды азайту мақсатында және соңғы тұтынушының тауар сапасы мен қызметіне сұраныстарын қанағаттандыру үшін көзделген) басқару арқылы бизнесті ұйымдастырудағы стратегиялық, тактикалық және оперативті мақсаттарға жетуге ынталандыратын менеджменттің интегралды құралы.



2.5. Логистикадағы тарату концепциялары

Логистикадағы тарату концепциясы кәсіпорынның барлық бөлімдерінің бірігіп, келісілген жүйелі түрде жұмыс жасаса ғана іске асады.



Логистикадағы тарату концепциясы - материалдық және оған қосымша ақпараттық және қаржылық ағымдар қозғалысын тиімді рационализациялау және оптимизациялау арқылы экономикалық қызметті жетілдіруге бағытталған көзқарастар жүйесі.

Материалды ағымның негізгі конструктивті принципі жүйелілікке негізделген.

Логистикадағы тарату жүйесінің негізгі принциптері:

- Бірлескен стратегиямен логистиканы байланстыру;
- Материалды ағымдар қозғалысын жоғары деңгейде ұйымдастыру;
- Оны өңдеуде қазіргі заманғы технология мен керекті мағлұматтың түсіп тұруын қамтамасыз ету;
- Адамдар ресурстарына тиімді басқаруға талпыну;
- Қаржы көрсеткіші жүйесіндегі логистика кірістерін есептеу;
- Табысты жоғарылату мақсатында логистикалық қызметтің оңтайлы деңгейін анықтау;
- Логистикалық операцияларды рационалды өңдеу;
- Логистикалық бөлімшелер қызметінің тиімділігін бағалау.

2.6. Бизнеске тарату жүйесін енгізудегі атқарылуы тиіс логистикалық функциялар

Логистиканың негізгі функциялары ретінде мамандар келесілерді ерекшелейді:

- тұтынушыларға қызмет көрсетуде стандарттарға бағыну;
- сатып алуларды басқару;
- көліктеу;
- қорларды басқару;
- тапсырыс беруді басқару;
- өндірістік процедураларды басқару;
- баға түзу;
- физикалық бөлу және т.б.



Тарату жүйесін орнату үшін кәсіпорында қалыптасқан болуы тиіс логистиканың жақтаушы (қосымша) функциясына әдетте жатады:

- қоймаларда сақтау;
- жүк тасымалдау;
- қорғаныш бума;
- тауардың қайтарылуын қамтамасыз ету;
- сервистік қызмет және артық бөліктермен қамтамасыз ету;
- қайтарылған қалдықтардың жиынтығы;
- ақпараттық-компьютерлік қамсыздандыру.

Логистиканың функционалды салалары:

- сатып алу, өндірістік бөлу, көлік, ақпараттық логистикадағы қор өндірісі, айналыс және қолданыс арасындағы буфер сияқты сервистік қызмет.

2.7. Логистикадағы тарату жүйесі концепцияларының факторлары

Жалпы экономикалық жағдайлар, технология мен менеджменттің даму деңгейі логистика, тарату, жеткізу феномендерінің пайда болуына ықпал етпеді. Қарастырылып отырған кезеңде, онда болашақта логистикалық өткізу концепция енгізудің алғышарты қалыптасқандығымен маңызды.

Оған төмендегілерді жатқызуға болады:

- тауарлардың өткізуді ұйымдастыру жүйелеріндегі қорлар мен тасымалдау шығындарының өсуі;
- транспорт тарифтерінің өсуі;
- маркетинг концепциясының пайда болуы және тез таралуы;
- әскери логистиканың теориясы мен практикасының дамуы.

Осы кезеңде маркетинг бойынша бірқатар еңбектер шықты, оларда маркетингтің құрамдас бөлігі ретіндегі физикалық бөлудің табиғаты ашылды, оның тауарларды өткізудің тиімділігін ұйымдастырудағы және жоғарылатудағы оның ерекше орны көрсетілген.

Әлемдік экономиканың өндіруші рыногынан сатып алушы рыногына бірте-бірте өту салдары ретіндегі маркетинг концепцияның қалыптасуы бизнестегі логистикалық сервистің пайда болуын түсіндіретін маңызды фактор болып табылады.

Логистика мен маркетингтің батыс бизнесінде тез етек жаюының маңызды фактілерінің бірі - жеке бөлудегі жалпы шығындар концепциясының пайда болуы болды. Бұл концепцияның мәні, дистрибьюцияда шығындарды тауарды өндірушіден тұтынушыға жылжытуға кеткен шығындардың жалпы деңгейі азаятындай етіп қайта топтауға болатындығына келіп саяды.

Мысалы, тауарлар тасымалын автомобиль көлігінен әуе көлігіне алмастыра отырып, аралық қоймаларды құру қажеттілігінен қашуға болады, яғни қорларды қоймалауға, сақтауға және басқаруға кететін шығындарды шығаруға болады. Бұл жерде тасымалдау шығындары өскенмен, өткізу торындағы шығындардың жалпы деңгейі төмендейді.



Сонымен бірге, осы кезеңде логистика және маркетингтің интеграциялы тез дамуын түсіндіретін бірқатар объективті экономикалық және технологиялық факторлар болған.

Олардың негізгілеріне төмендегілерді жатқызуға болады:

- тұтынушы сұранысының модельдеріндегі және қатынастарындағы өзгерістер (олигополиялық рыноктардың дамуы)
- өндіріске жұмсалатын шығындарды қысу;
- компьютерлі технологиялардағы прогресс;
- қорларды қалыптастыру стратегияларындағы өзгерістер;
- әскери тәжірибенің әсері.



Бұл факторлар 60-шы жылдары АҚШ-та айқын көрінді. Рыноктағы негізгі тенденциялар сатып алушыларға көңіл бөлудің күшеюі (соның ішінде, қызмет көрсету үлесінің өсуі) және бірдей қажеттіліктерді қанағаттандыратын (бәсекелес тауарлардың) түрлі тауарлардың көп болуы болды. Олигополистік рыноктық құрылымдардың тез дамуы бизнес ұйымдарын сұраныс пен ұсынысты үйлестірудің, тұтынушыларға жақсы қызмет көрсетудің жаңа жолдарын іздеуге мәжбүр етті.

2.8. Логистика және маркетинг концепцияларының қатар дамуы.

Тапсырыс циклдарын қысқартуға және өнім өндірісіне жаңа кинетикалық көзқарастар пайда болды. Тауарлар түрлерінің көбеюі дистрибьюция жүйелерінде қорлардың құрылуы мен сақтауына кететін шығындардың өсуіне алып келді. Бұл өз кезегінде тауар өткізуші құрылымдарды жетілдірудің және жеке бөлу процестеріндегі шығындарды төмендетудің жаңа жолдарын іздеуді талап етті.

Соңғы белсенді экономикалық өсуден кейін, 1998-шы жылдардың ортасында өндірушілердің ұзартылған пайдасының едәуір құлдырауы және оның тарылу кезеңі байқалды.

Нарықтық жағдайдың өзгеруі, олигополистік бәсекелестіктің өсуі өнім өндірушілерге шығын факторларының қысымын күшейтті, менеджерлерді еңбек өнімділігін жоғарылатудың, өндіріс пен дистрибьюциядағы шығындарды төмендетудің жаңа жолдарын іздеуге мәжбүр етті.

Логистикалық және маркетингтік концепциялардың шарықтау феноменін түсіндіретін әлемдік экономикада маңызды өзгерістер болды.

Олардың негізгілері мыналар:

- ақпараттық технологиялардың революциясы және персоналды компьютерлерді енгізу;
- рыноктарды ғаламдастыру;
- экономика инфрақұрылымын мемлекеттік реттеудегі өзгерістер;
- TQM философиясын жан-жақты тарату;
- серіктестіктің және стратегиялық одақтардың өсуі;
- бизнесті ұйымдастырудағы құрылымдық өзгерістер.



Бизнестегі логистикалық және маркетингтік концепцияны жылжытуға тез дамушы электронды байланыс рыногы да әсер етті, соның ішінде: ақпараттарды хабарлау торлары, факсимильді байланыс, электронды пошта, телеконференциялар, көпшілік пайдалануға болатын бағдарламалық қамтамасыз етудің клирингхауздары және т.б.

Логистикалық серіктестер коммерциялық (Compu Serve, America Online), сонымен қатар коммерциялық емес (Internet) жаппай ақпараттық қызмет көрсету жүйелерінің мүмкіндіктерін кеңінен пайдалана бастады.

Логистиканың интегралды концепциясын қалыптастыруда және бекітуде анықтаушы орынды ақпараттық байланыс жүйелері арқылы (мысалы, спутниктік телекоммуникациялық жүйелер) белгілі бір уақыт масштабында алыстағы материалды ағымдарды әр уақытта бақылап отыру мүмкіндігін алады. Сонымен бірге, ақпараттық технологиялардың революциясы, тек материалды емес, сонымен қатар жүретін ақпараттық ағымдарды басқару қажеттілігі туралы түсінікті күшейтті.

Әлемдік экономиканы интеграциялау және бизнесті ғаламдастыру халықаралық логистикалық жүйелердің құрылуына әсер етті. 90-шы жылдардың басында логистика алдыңғы қатарлы орын алатын халықаралық бағдарламалар мен жобалар белсенді түрде жасалып енгізіле бастады.

3. Қорытынды.

Менің ойымша, кәсіпорынның логистикалық тарату жүйесін ұйымдастыруды жетілдіру бағыттары заман талабына сай түрлі сипаттар алуда. Бүгінгі ғаламтор дамыған заманда кәсіпорындар миссиялық, стратегиялық және тактикалық ерекшіліктеріне байланысты өзіндік логистикалық тарату жүйесін қалыптастыру бағыттарын қолдауда.

Бұл өз кезегінде тарату логистикасы ғылымының макро- деңгейде өсуіне септігін тигізуде.

Қазақстандық кәсіпорындар тарату жүйелерін жетілдіру үшін белсенді түрде шетелдік тәжірибені елімізге ендіруде. Сонымен қатар, кейбір геополитикалық және мәдени ерекшеліктерге байланысты уникалдық элементтер де қалыптасуда.

Жалпы, кәсіпорын логистикалық тарату жүйесін ұйымдастыруда тұтынушының қажеттіліктеріне және кәсіпорынның өзіндік саясатына байланысты икемделуі қажет деп есептеймін.

Сапалы тарату жүйесін ұйымдастыру менеджердің тәжірибелілігін, білімділігін және өз креативтілігін қажет екені сөзсіз.

Қорытындылай келе, Қазақстандық кәсіпорындардың тарату жүйесін жетілдіру бағыты – Батыс елдерінің тәжірибесін көшіру және макро- деңгейде өзіндік сипат қалдыру. Бұл жолда Қазақстандық компаниялар өте белсенді жұмыс жасап жатыр.

4. Пайдаланылған әдебиеттер.

- Тулембаева А.Н. Логистика. Учебное пособие на казахском языке.
- Голиков Е. А. Маркетинг и логистика
- www.htl.kz
- www.khac-group.kz
- www.google.kz
- www.site.kz
- www.logistic.ru
- Айгуль Тулембаева: «Экономика не прощает эмоций» статья
- Сухова Л.Ф., Сариев К.С. «Материалдық өндірістің инфрақұрылымы»