

ОБЩИЙ МЕХАНИЗМ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Л. Л. Соловьева, Е. С. Акулич

*Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого, Беларусь*

Разработка маркетинговых и логистических стратегий является актуальной проблемой отечественных предприятий. Логистические стратегии зависят от стратегий маркетинга. Стратегические решения в области логистики направлены на оптимизацию материальных потоков экономической системы.

На рис. 1 представлен общий алгоритм разработки логистических стратегий предприятия. Как управление в целом, проектирование стратегий логистики начинается с определения стратегических (важнейших, направленных на перспективу) целей логистики. К ним следует отнести цели, связанные с повышением или сохранением конкурентоспособности предприятия, снижением логистических издержек, увеличением величины прибыли и рентабельности.

Разработке стратегий логистики предшествует стратегический маркетинговый анализ, разработка маркетинговых стратегий. Стратегии логистики базируются на товарных и сбытовых стратегиях предприятия.

Дело в том, что именно эти, так называемые (по определению И. Ансоффа) «базисные» стратегии [1], определяют величину, разнообразие и направление материальных потоков предприятия.

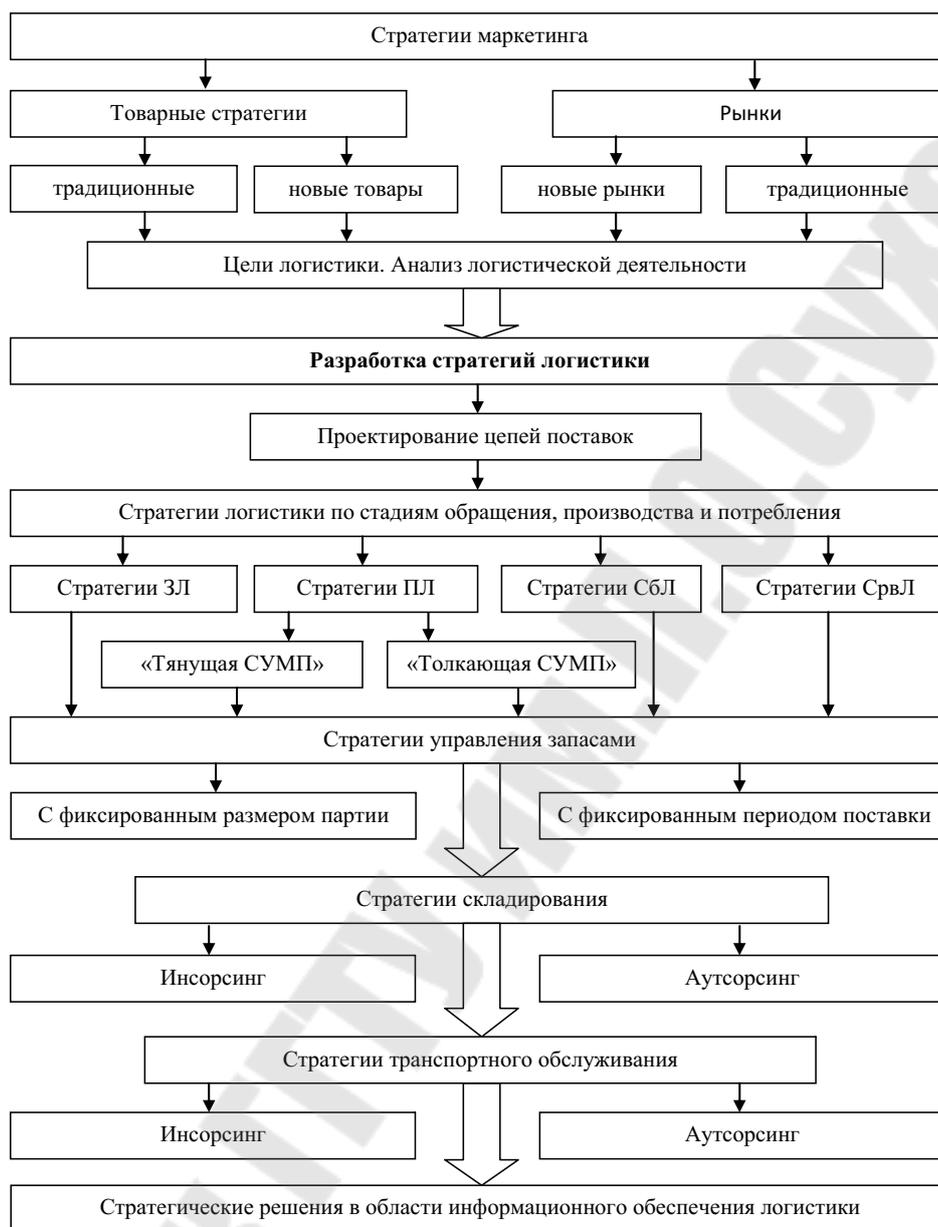


Рис. 1. Общий алгоритм разработки стратегий логистики машиностроительного предприятия
 Источник: собственная разработка.

Анализ логистической деятельности направлен на исследование материальных и сопутствующих им потоков в сфере закупок, производства, распределения товаров и их сервиса. Особое внимание следует уделить вопросам определения и группировки логистических затрат.

На следующем этапе разработки стратегии определяются стратегии логистики по стадиям обращения (стратегии закупочной логистики – ЗЛ, стратегии сбытовой логистики – СБЛ); производства (стратегии производственной логистики – ПЛ) и потребления (стратегии сервисной логистики – СрвЛ). Отметим особую актуальность сервисной логистики для промышленных предприятий.

Для принятия стратегических решений в области управления запасами и складирования, прежде всего, необходимо определиться с выбором системы управления

материальными потоками (СУМП): «тянущая» («вытягивающая») или «толкающая» («выталкивающая»).

Важное значение для определения основных направлений развития логистики предприятия играет выбор системы пополнения запасов: с фиксированным размером партии поставки или с фиксированной периодичностью пополнения запасов. От этого зависят стратегические решения в сфере складского и транспортного обеспечения предприятия.

Стратегии складского и транспортного обслуживания зависят, в первую очередь, от выбора альтернативы: инсорсинг (собственными силами) или аутсорсинг (привлечение сторонних лиц). Следует отметить, что использование аутсорсинга возможно гораздо шире: в производственной логистике, сервисной логистике и т. д.

Если предприятие применяет стратегии инновационного развития, стратегии диверсификации товаров и/или рынков, то разработка логистических стратегий заключается, в первую очередь, в проектировании цепей поставок, определении стратегических поставщиков и рынков сбыта. Иначе анализируются существующие цепи поставок с целью их оптимизации.

Предлагаемый механизм разработки стратегий может быть полезен для применения руководителями промышленных предприятий.

Л и т е р а т у р а

1. Ансофф, И. Стратегическое управление : сокр. пер. с англ. / И. Ансофф ; науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.