

УДК 339.924: 316.422.4

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА

Зубрицкий А. Ф., директор

Белорусский институт системного анализа и информационного
обеспечения научно-технической сферы;

Зубрицкая И. А., преподаватель кафедры «Маркетинг»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Изменение производственной парадигмы в сторону философии «глобальный дизайн - локальное производство» с применением аддитивных технологий под конкретный заказ вносит существенные корректировки в логистические процессы. Это наблюдается как на уровне отдельных предприятий, так и в глобальных цепях поставок. Следует отметить, что потребность в закупках и перевозках вне зависимости от идеологии и формы производства останется при любых индустриальных моделях. Возможные трансформации в основном коснутся структуры и объемов перевозок и хранения, существенно не затронув уже существующие тенденции, связанные с развитием интегрированной сети транспортно-логистических комплексов, ускоренным развитием интермодальных перевозок [1] с акцентом на составляющую взаимоотношений с поставщиками. Роль взаимоотношений с поставщиками приобретает при этом особый смысл, так как, рассматривая динамику и структуру рынка аддитивных технологий, необходимо отметить, что наибольший рост в настоящее время приходится на услуги, оборудование и материалы. Поэтому в данных условиях потребуется быстрая реакция на изменения под конкретный заказ со стороны поставщиков услуг, сырья и материалов.

В настоящее время управление поставщиками достигло высокого уровня и показало их готовность к открытости и кооперации. Большинство предприятий активно работает с поставщиками по оценке

их деятельности, информируя их о результатах проведенного анализа, что в условиях перехода к новой индустриальной парадигме [2] также может способствовать сокращению сроков производства и снижению издержек. Опыт европейских предприятий показывает: чем выше концентрация на основных поставщиках, тем эффективнее процесс закупок, а, следовательно, гибкость всей логистической цепи. Как следствие, происходит улучшение качества взаимоотношений и более тесное взаимодействие, между конечными потребителями и производителями на рынках B2B (business to business) и B2C (business to consumer).

Несмотря на кажущееся сходство, эти рынки существенно различаются по ключевым аспектам: структуре, поведению потребителей, каналам дистрибуции, использованию приобретенного товара, продвижению, цене. Политика закупочной и распределительной деятельности существенно различается в зависимости от того, для какого потребления используется тот или иной товар. Подходы к разработке товаров для личного потребления не могут быть идентичными подходам к товарам, используемым в качестве компонентов для производственного потребления. Выстраивая цепи поставок в условиях новой философии производства, нужно обращать на это особое внимание. Сегодня, выбирая товар или услугу, потребитель как на рынке B2B, так и на рынке B2C выбирает и цепь поставок. Поэтому при любых изменениях в направленности экономического курса обязательным будет согласование действий компаний, участвующих в производстве продукции и ее последующем распределении.

Список литературы

1. Интермодальные перевозки: комбинации, приносящие «выигрыш» [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.transportal.by/actual/intermodalnye-perevozki-kombinacii-prinosyaschie-vyigrish-270514.html> – Дата доступа: 28.09.2017.
2. Индустрия 4.0. Интеллектуальное управление данными для устойчивого развития производства [Электронный ресурс] // New Maker; 30.11.2014. – Режим доступа: www.bmwclub.ru/vb/showthread.php?t=860080 – Дата доступа: 29.09.2017.