

УДК 658.5

Исследование и анализ современных логистических концепций

Козлова М.Ю., магистр

*Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Промышленная логистика»*

*Научный руководитель: Парамонова Т.Ю. к.т.н., доцент
Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Промышленная логистика»
paramonova_t@ibm.bmstu.ru*

В настоящее время существует много концепций в логистике. Каждая компания выбирает себе наиболее прибыльную концепцию, основываясь на опыт или анализ концепций.

Поговорим о современных логистических концепциях, таких как «зеленая» логистика, логистика, ориентированная на спрос, логистическая концепция управления цепью поставок.

Сегодня общественность все больше узнает об экологических проблемах и глобальном потеплении, а потребители начинают задавать больше вопросов о товарах и услугах, которые они покупают. Компании все чаще слышат вопросы клиентов о том, насколько экологичны их технологии и производственные процессы.

Стали актуальными вопросы выброса углекислого газа в атмосферу, употребление экологически чистых материалов и их вторичное использование, внедрение естественных и возобновляемых источников энергии, использование природных и «зеленых» (дружественных к окружающей среде) материалов.

Компании начинают понимать, насколько это выгодно - преобразовывать общественный интерес в увеличение прибыли, оценив свои технологии и цепи поставок, приносящие дополнительную прибыль.

Переход к «зеленой логистике», может начаться уже сегодня с поиска поставщиков, которые свели к минимуму воздействие вредных веществ на окружающую среду без снижения качества своей продукции и без значительного повышения расходов (стоимости) [2].

Рассмотрим компании, которые уже перешли к «зеленой логистике».

Компания экспресс-доставки DHL запустила сервис GoGreen, суть которого в том, что DHL подсчитывает количество выбросов углекислого газа при транспортировке каждого груза с момента его приема и до времени доставки получателю. Клиент может заплатить на несколько процентов больше, чем следует из стандартных тарифов, и DHL инвестирует собранные деньги в программы защиты климата по всему миру.

Немецкий перевозчик Deutsche Bahn Schenker Rail впервые в европейской железнодорожной отрасли предложил способ переправки грузов, полностью исключая выброс углекислого газа. В рамках проекта Eco Plus компания получает электричество для своих электровозов из возобновляемых источников энергии, причем за счет дополнительных сборов с клиента, чьи машины перевозит, например, автоконцерна Audi.

Оператор экспресс-доставки UPS недавно приобрел машины с гибридными двигателями, которые в год будут потреблять меньше топлива, чем транспорт с двигателем внутреннего сгорания.

Компания Green Cargo, поставщик услуг логистики, тоже осознала знамения времени. В течение ряда лет компания вкладывала капитал в локомотивы с низким потреблением энергии [4].

Вопросы «зеленой логистики» становятся все более обсуждаемыми и понятными обществу. Сегодня, становится возможным применить этот интерес для получения экономической прибыли, используя повышенное внимание потребителей к покупке экологических товаров и «зеленой логистике».

Опыт передовых западных компаний подтверждает влияние улучшения результативности экологической деятельности на конечные финансовые результаты.

На сегодня, применение данной концепции, можно сказать, является необходимым для компаний желающих успешно конкурировать на международном уровне.

«Зелёная» логистика дает положительный результат не только компаниям, но также государству и обществу. Часто «зелёную» логистику сводят исключительно к охране окружающей среды, но стоит отметить, что в широком смысле, она должна иметь социальную направленность.

Чтобы данная концепция развивалась и использовалась повсеместно необходимо вмешательство государства.

В нашей стране, когда основные логистические проблемы пока так и не решены, особого интереса и энтузиазма данное направление не вызывает. В российской

логистической среде давно существует убеждение, что зеленая логистика приводит исключительно к удорожанию логистических издержек.

Рассмотрим еще один вид современной логистической концепции – логистика, ориентированная на спрос.

Логистика ориентированной на спрос DDT — Demand-driven Techniques / Logistics. Эта технология разрабатывалась как модификация концепции RP «планирование потребностей» с целью улучшения реакции системы дистрибьюции фирмы на изменение потребительского спроса.

В конце 1990-х годов появились усовершенствованные версии концепции DDT: — «эффективная реакция на запросы потребителей» и «управление запасами поставщиков», основанные на новых возможностях логистических информационных систем и технологий. «Эффективная реакция на запросы потребителей» опирается на одну из старейших методик контроля и управления запасами, основанную на концепции точки возобновления заказа и статистических параметрах спроса (расхода) продукции. Эта технология применяется для определения и оптимизации страховых запасов в целях выравнивания колебаний спроса [1].

На сегодняшний день известны следующие примеры данной концепции:

1. Концепция «точки заказа (перезаказа)» основана на применении старейших методик контроля и управления запасами, строящихся на точке заказа (перезаказа), статистических параметрах расхода продукции. Сфера использования данной концепции — это регулирование уровня страховых запасов. При этом в тех или иных вариантах определения точек заказа используются другие методы реагирования на спрос.

2. Концепция «быстрого реагирования». Данная концепция представляет собой логистическую координацию между розничными торговцами и оптовиками, направленную на улучшение продвижения готовой продукции в распределительных сетях предприятия в ответ на предполагаемые изменения потребительского спроса. Использование данной концепции осуществляется путем мониторинга продаж в розничном звене и передачи оптовикам информации об объемах продаж по заранее утвержденной специфицированной номенклатуре и ассортименту, а от оптовиков — дальше производителям готовой продукции.

3. Концепция «непрерывного пополнения запасов». Данная концепция является модификацией концепции «быстрого реагирования» и ориентирована на устранение необходимости в заказах для пополнения запасов готовой продукции. Основной целью такой стратегии является установление эффективного логистического плана,

предусматривающего непрерывное пополнение запасов готовой продукции у розничных торговцев. Для эффективной работы данной концепции необходимо выполнение двух условий: как то получение достоверной информации от розничных торговцев и осуществление надежной доставки готовой продукции; максимальное соответствие грузовместимости транспортных средств объемам грузовых поставок.

4. Концепция «автоматического пополнения запасов». Эта концепция снабжает поставщиков (производителей готовой продукции) необходимым набором правил для принятия необходимых решений по товарным характеристикам и категориям. Путем применения данной стратегии поставщик имеет возможность удовлетворить потребности розничных торговцев в товарной категории любого вида путем устранения необходимости мониторинга единичных продаж и уровня запасов товаров быстрой реализации. Эта стратегия также позволяет сокращать расходы розничных торговцев, связанные с формированием запасов товаров [5].

Рассмотрим логистическую концепцию управления цепью поставок как один из вариантов современных логистических концепций.

Логистическая концепция управления цепью поставок представляет собой интеграцию конкретной фирмы со всеми фирмами в организации поставок (любая компания является одновременно поставщиком и потребителем). Поставщики, потребители и фирмы, оказывающие логистические услуги (распределительные склады, транспортные компании), составляют единую цепь поставок и используют единый банк информации, разрабатывают единые планы, что позволяет превратить логистические каналы распределения в более эффективные и конкурентоспособные.

Концепция управления цепью поставок предусматривает четкое разделение понятий логистического канала распределения и цепи поставок. Логистический канал имеет дело с физическим движением продукта. Главными и традиционными участниками этого канала являются производитель, оптовая и розничная торговля. Каждому из участников поочередно принадлежит товар, и они принимают на себя также риски, связанные с их статусом временных владельцев продукции [3].

Подводя итоги роли рассмотренных концепций, можем выбрать подходящую концепцию. Если мы выбираем «зеленую логистику», то ее концепция предполагает совмещение ее с другими концепциями. Но не стоит забывать и про уже давно проверенные и сложившиеся концепции, такие как точно в срок, MRP, KANBAN и другие.

Список литературы

1. Аникин Б.А. Коммерческая логистика: учеб. М.: Проспект, 2013. 432 с.
2. Гаджинский А. М. Логистика: учебник для высших учебных заведений по направлению подготовки "Экономика" М.: Дашков и К°, 2013. 420 с.
3. Курочкин Д. В. Логистика: транспортная, закупочная, производственная, распределительная, складирования, информационная: курс лекций Минск: ФУАинформ, 2012. 268 с.
4. Николайчук, В. Е. Логистический менеджмент: учебник М.: Дашков и К°, 2012. 978 с.
5. Шехтер Д. Логистика. Искусство управления цепочками поставок М.: Альпина, 2013. 452 с.