

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ПОСТАЧАННЯ, ЯК ЗАСОБУ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГОМ ПОСТАВОК ПРОДУКЦІЇ

У статті аналізується доцільність впровадження електронного постачання, як ефективного засобу управління ланцюгом поставок продукції.

Ключові слова: *постачання, ланцюг поставок, процес, інформаційні технології.*

Вступ. Сучасна практика господарювання наводить вагомі докази того, що матеріально-технічне постачання з функції підтримки виробництва поступово трансформується в інструмент досягнення конкурентних переваг.

Гострота конкурентної боротьби ставить підвищені вимоги до пошуку рішень, які не тільки дозволяють скоротити витрати на постачання й тривалість логістичного циклу, але й зменшити невизначеність бізнес-середовища. Одним з діючих інструментів трансформації постачання в стратегічну бізнес-функцію є так зване електронне постачання. Під електронним постачанням розуміється організаційно-управлінський механізм, у рамках якого підприємства використовують інформаційно-комунікаційні технології для автоматизації одного або більше етапів процесу постачання.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Проблема використання інформаційно-комунікаційних технологій у матеріально-технічному постачанні розкривається в працях таких закордонних учених, як Венкатраман Н., Гунасекаран А., Гупта М., Давіла А., Кім К.К., Кнудсен Д., Крум С.Р., Мончка Р.М., Мун М.Д., Муффато М., Нгаї Е.В.Т., Ніф Д., Палмер Р., Панайоту Н.А., Раджжумар Т.М., Флінн А., Хендфілд Р., Чаудари В., а також українських учених Гірної О.Б., Крикавського Є.В., Негрова, І.В., Окландера М.А., Чернописької Н.В., Чухрай Н.І. та ін.

Так, Хендфілд Р. стверджує, що в сучасних умовах функції служби постачання виходять далеко за межі виконання операційних завдань безперебійного забезпечення підприємства необхідними сировиною, матеріалами тощо і включають участь у розробці нової продукції, плануванні виходу на нові ринки, формуванні стратегії підприємства тощо.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз інструментів електронного постачання і виявлення можливостей їх використання на промислових підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Електронне постачання - це всебічний процес, у межах якого підприємства використовують системи інформаційно-комунікаційних технологій для встановлення угод про придбання товарів або послуг (укладання контрактів) або закупівлі продуктів чи послуг в обмін на кошти (безпосередньо процес закупівлі) [1]. Іншими словами, електронним постачанням вважається процес, у якому один чи більше етапів процесу постачання підтримується, інтегрується або автоматизується в електронний спосіб [2].

Провідний економіст Ніф Д. говорить про те, що «..електронне постачання стає каталізатором, який дає змогу компаніям остаточно інтегрувати весь ланцюг поставок від початку до кінця, від продавців до постачальників»... «це ключ до колабораційної комерції й успіху розширеного підприємства – «святого Граалю» професіоналів, де б то не було» [7].

Хоча електронне постачання є новим інструментом ведення бізнесу, його мета доволі очевидна – підвищення ефективності й результативності бізнесу. Ніф Д. наводить

такі приклади можливого впливу електронного постачання на результати господарської діяльності. По-перше, електронне постачання сприяє скороченню транзакційних витрат шляхом автоматизації процесів, заміни ручної праці тощо. По-друге, електронне постачання сприяє руйнуванню функціональної обмеженості окремих підрозділів у напрямі формування горизонтальних зв'язків і міжфункціональних команд. По-третє, електронне постачання сприяє зміцненню інтеграції між учасниками ланцюга поставок. Так, «електронне постачання є важливим кроком у напрямку до розвитку розширеного підприємства, у якому ланцюг поставок стає триваючим безперервним процесом, що починається від покупця до торговельних партнерів» [7].

Ми вважаємо, що електронне постачання представляє не єдину технологію, а конгломерат інструментів, уся різноманітність яких може бути зведена до шести типів [9]:

1) електронний пошук – інструмент стратегічного вибору джерел поставок шляхом ідентифікації нових постачальників з використанням Інтернету. Скорочує витрати, пов'язані з пошуком потенційних постачальників, підсилює конкуренцію в ході аукціонів/тендерів, сприяє ідентифікації постачальників нових і інноваційних товарів;

2) електронний тендер – інструмент формування й розсилання запитів постачальникам і приймання відповідей від них з використанням Інтернет-технологій. Передбачає формування запрошень для постачальників (існуючих ділових партнерів або всього Інтернет-співтовариства) робити конкурентоспроможні пропозиції відповідно до конкретних вимог. Скорочує витрати на початковий відбір і оцінку потенційних постачальників і їх пропозицій;

3) електронний зворотний аукціон – інструмент динамічного ціноутворення для закупівлі товарів. Використовує механізм змагання постачальників за право одержання замовлення, за якого переможцем аукціону стає постачальник, що запропонував найменшу ціну або комбінацію мінімальної ціни й інших умов. Сприяє скороченню ціни закупівлі й тривалості процесу закупівлі;

4) ERP на базі Web-інструменту формування й санкціонування замовлень на закупівлю сировини, матеріалів, комплектуючих тощо, що використовуються безпосередньо в процесі виробництва, а також розміщення замовлень і їх одержання з використанням програмного забезпечення на основі Інтернет-технологій. Переважно доступний працівникам підрозділу постачання або планово-економічного відділу.

Генероване ERP-системою замовлення на закупівлю автоматично передається постачальникові. Знижує транзакційні витрати й тим самим підвищує ефективність процесу постачання;

5) e-MRO – інструмент формування й санкціонування замовлень на закупівлю виробничих матеріалів, призначених для технічного обслуговування, ремонту й експлуатації, здійснення господарської й адміністративної діяльності тощо, а також розміщення замовлень і їх одержання з використанням програмного забезпечення на основі Інтернет-технологій. Переважно доступний для усіх працівників підприємства відповідно до їхніх повноважень. Знижує транзакційні витрати, час простою устаткування при очікуванні ремонту, сприяє скороченню закупівель поза контрактами й у такий спосіб дотриманню загальної стратегії підприємства в області постачання;

6) електронне інформування – інструмент збору й поширення інформації між учасниками процесу постачання, наприклад, інформування постачальника про зміни у виробничому графіку покупця, будь-то скасування, затримка, прискорення чи зміна розміру поточного замовлення тощо.

Ключовими джерелами успіху світових лідерів в області постачання стали [4]:

- співробітництво й спільна робота з постачальниками;
- керування ризиком;
- розширення використання ринків, що розвиваються, як джерел сировини, матеріалів, комплектуючих тощо;

- раціональне використання ресурсів довкілля;
- використання новітніх технологій і методик виміру ефективності постачання.

Отже, сучасні технології постачання спрямовані, по-перше, на посилення співробітництва між учасниками ланцюга поставок, по-друге, на підвищення вимірюваності результатів діяльності, по-третє, на ріст значущості постачання в досягненні як оперативних, так і стратегічних результатів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У результаті цього дослідження ми отримали такі позитивні результати:

1. Проведено аналіз впливу електронного постачання на ефективність роботи підприємства й досягнення ним конкурентних переваг з погляду провідних навчань в області формування конкурентної стратегії.

2. Сформовано список основних інструментів електронного постачання, причому до типового переліку автором додані аналітичні інструменти.

3. Виконано поділ етапів процесу постачання зі стратегічної й операційної точок зору.

4. Кожному з етапів процесу постачання призначено певні інструменти електронного постачання.

Як напрями подальших досліджень, ми передбачаємо формування організаційно-управлінського механізму впровадження електронного постачання в практику господарювання промислових підприємств України.

Список використаних джерел:

1. Адрианова Т.Р. Логистика – эффективный инструмент управления промышленным предприятием в новых условиях/ Т.Р. Адрианова // ЛОГИНФО. – 2002. – №3. – С. 14-18.
2. Альбеков А.У. Коммерческая логистика: учеб. пос.[для вузов] / А.У.Альбеков, О.А. Митько. - Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 416 с.
3. Гаврилов Д.А. Управление производством на базе стандарта MRP II / Гаврилов Д.А. – [2-е изд.] - Питер: СПб, 2008. – 416 с.
4. Гаджинский А.М. Логистика: учебник / Гаджинский А.М. - [18-е изд.] – М.: Издательский дом, 2010. – 375 с.
5. Кальченко А.Г. Логістика: підручник / Кальченко А.Г. – К.: КНЕУ, 2006. –284 с.
6. Окландер М.А. Контуры экономической логистики / Окландер М.А. – К.: Наук. думка, 2008. – 176 с.
7. Смирнов І.Г. Ринок логістики в Польщі як країни-члена ЄС очима польських дослідників / І.Г. Смирнов // Науковий вісник Волинського нац. у-ту ім. Л.Українки.– 2008. - №7. – С. 35-40.
8. Черноусов Е.В. Анализ рынка логистических провайдеров – зарубежный опыт / Е.В.Черноусов// Менеджмент в России и за рубежом – 2008. - №6. – С. 13-17.

MUDRA M.A. ВНЕДРЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОСТАВКИ КАК СРЕДСТВА УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК ПРОДУКЦИИ

В статье анализируется целесообразность внедрения электронного снабжения, как эффективного средства управления цепью поставок продукции.

Ключевые слова: поставка, цепь поставок, процесс, информационные технологии.

MUDRA M.A. SUPPLY ELECTRONIC AS A MEANS OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRODUCTION

The article analyzes the feasibility of implementing e-procurement, as an effective means of supply chain management solutions.

Keywords: supply, supply chain, process, information technology.