

## Логистиканың объектілері

логистиканың объектісі болып материалдық ағым табылады, бірақ жеке учаскілерде оны басқарудың ерекшеліктері бар. Осыған байланысты логистиканың бес функционалдық саласын бөледі: сатып алушылық, өндірістік, таратушылық, транспорттық және ақпараттық.

1. Кәсіпорынды шикізат және материалдармен қамтамасыз ету процесінде **сатып алушылық логистиканың** міндеттері шешімді. Бұл кезеңде жеткізіп берушілер зерттеліп, таңдап алынады, келісім-шарттар жасалынып, олардың орындалуы бақыланады, жеткізіп беру шарттары орындалмаған кезде шаралар қолданылады. Кез келген өндірістік кәсіпорында аталған функцияларды орындайтын қызмет болады.

Практикада сатып алушылық логистиканың негізгі мазмұнын құрайтын іс-әрекет шеңберлері жеткізіп берушілермен келісім-шарттың шарттарымен және кәсіпорын ішіндегі жабдықтау қызметінің функцияларының құрамымен анықталады (сур. 1а).

2. Кәсіпорынның ішінде материалдық ағымды басқару процесінде негізінен өндірістік логистиканың міндеттері шешіледі. Бұл кезеңнің ерекшеліктері – ағымды өткізу жөніндегі жұмыстардың негізгі көлемі бір кәсіпорын территориясының шеңберінде орындалады. Бірақ логистикалық процестің мүшелері тауарлық-ақшалай қатынастарға қатыспайды, себебі бұл саладағы негізгі міндет - өндірісті іске асыру процесіндегі материалдық ағымдарды басқару (сур. 1б).өндірістік кәсіпорын

3. Дайын өнімді сату процесінде материалдық ағымдарды басқару кезінде **таратушылық логистика** міндеттері шешіледі. Оларды өндірістік кәсіпорындар да, саудалық-делдалдық кәсіпорындар да орындайды. Тарату функциясын іске асыру басқаша айтқанда өткізу деп аталады.

1 сур. В-да көрсетілгендей тарату логистика саласына материалдық ағым өндірістік цехтарда бола тұрып түседі. Демек, орама және ыдыс, партияның көлемінің, дайындалу уақытының мәселелері материалдық ағымды басқарудың ертерек кезеңдерінде шешіле бастайды.

4. транспорттық учаскілерде материалдық ағымдарды басқару кезінде **транспорттық логистиканың** ерекше міндеттері шешіледі. Материалдық ағымды шикізаттың бастапқы көзінен ақырғы тұтынушыға жеткізу процесінде орындалатын транспорттық жұмыстың жалпы көлемін екі үлкен топқа бөлуге болады:

- арнайы транспорттық ұйымдар көлігімен орындалатын жұмыс (ортақ пайдалану транспорты);
- бүкіл басқа кәсіпорындардың меншікті көлігімен орындалатын жұмыс (транспорттық емес кәсіпорындардың).

Логистиканың басқа салалары сияқты транспорттық логистиканың анық шекаралары жоқ. Оның әдістері кез келген тасымалдауларды ұйымдастыру кезінде қолданылады. Бірақ бұл бөлімдегі зертеу мен басқарудың негізгі, басты объектісі – ол ортақ пайдалану көлігімен тасымалдау процесінде орын алатын материалдық ағым.

**5. Ақпараттық логистика.** Материалдық ағымдар қозғалысының нәтижелері ақпараттық ағымдар қозғалысын тиімді ұйымдастыруға тікелей байланысты болады. Мұндағы зерттеу **объектісі** – материалдық ағымдардың басқарылуын қамтитын ақпараттық жүйелер, қолданылатын микропроцессорлық техника, ақпараттық технологиялар және басқа да ақпараттық ағымдарды ұйымдастырумен байланысты мәселелер. Ақпараттық логистика логистиканың басқа функционалдық салаларымен тығыз байланысты. Бұл бөлім кәсіпорын ішіндегі ақпараттық ағымдардың ұйымдастырылуын және бір бірінен маңызды ара қашықтықта орналасқан логистикалық процестің әртүрлі қатысушылары арасындағы ақпаратпен алмасуды қарастырады.

**2-сұрақ. Сатып алушылық логистика** – бұл материалдық ағымдарды кәсіпорынды материалдық ресурстармен қамтамасыз ету процесінде басқару. Онымен арнайы қызмет – жабдықтау қызметі айналысады. Бұл қызметтің іс-әрекеті үш деңгейде қарастырылуы мүмкін, себебі жабдықтау қызметі бір мезгілде:

- кәсіпорын кіретін микрологистикалық жүйенің мақсаттарының орындалуын қамтамасыз ететін элемент;

- Микрологистикалық жүйе элементі, яғни кәсіпорын мақсаттарының орындалуын қамтамасыз ететін осы кәсіпорынның бөлімшелерінің бірі;

- элементтері, құрылымы, дербес мақсаттары бар дербесжүйе болып табылады.

Аталған деңгейлердің әр қайсысында жабдықтау қызметінің мақсаттарын қарастырайық:

1. Макрологистикалық жүйенің элементі ретінде жабдықтау қызметі тауарды жеткізіп берумен байланысты техника-технологиялық, экономикалық және әдістемелік мәселелерді келістіріп, жеткізіп берушілермен шаруашылық байланыстарды бекітеді. **Логистиканың негізгі идеясы** – барлық қатысушылардың келісімді әрекеттерінен қосымша пайда алу. Осы ой жабдықтау

қызметі өз кәсіпорынның мақсаттарына оны жекелеген объект ретінде емес, бүкіл логистикалық макрожүйенің звеносы ретінде қарастыра отырып жетуін талап етеді. Бұл жабдықтау қызметі өз кәсіпорынына жұмыс істей отырып, бүкіл макрологистикалық жүйенің әрекет етуінің тиімділігін арттыру мақсатына жетуді ойлауды білдіреді.

2. жабдықтау қызметі оны ұйымдастырған кәсіпорынның элементі болғандықтан микрологистикалық жүйеге үйлесімді болуы тиіс. Жабдықтау қызметі және өндіріс пен өткізу қызметтерінің арасында материалдық ағымдарды басқару жөніндегі әрекеттердің үйлесушілігінің жоғары деңгейін қамтамасыз ету жалпы кәсіпорынның логикалық жүйесінің міндеті болып табылады. «Жабдықтау - өндіріс - өткізу» тізбегі маркетингтің қазіргі концепциясының негізінде құрылуы керек.

3. жабдықтау қызметінің әрекет етуінің тиімділігі, аталған мақсаттарды кәсіпорын деңгейінде де, макрологистика деңгейінде де жабдықтау қызметінің өзінің жүйелік ұйымдастырылуына байланысты болады.

Кәсіпорынды еңбек заттарымен қамтамасыз ету үшін келесі міндеттерді шешу керек:

- не, қанша, кімнен, қандай шартпен сатып алу қажет?

Сонымен қатар, келесі жұмыстарды орындау қажет:

- келісім-шарт жасау;
- келісім-шарттың орындалуын бақылау;
- жеткізіп беруді ұйымдастыру;
- қоймаларды ұйымдастыру.

«Нені сатып алу» міндетіекі альтернативтік шешімнің біреуін қабылдауды қамтиды – комплекттеуші бұйымды өзіне өндіргені дұрыс па, әлде басқа өндірушілерден сатып алған дұрыс па? («жасау немесе сатып алу» міндеті). Мұнда экономикада логистиканың дамуының деңгейі маңызды сыртқы фактор болып табылады. Комплекттеуші бұйымдардың дербес өндірісі кәсіпорынның нарықтық конъюнктура өзгерістеріне тәуелділігін төмендетеді, яғни кәсіпорын нарықта қалыптасқан жағдайға байланыссыз тұрақты жұмыс істей алады. Бірақ комплекттеуші бұйымдардың жоғары сапасы мен төмен өзіндік құнын оларды өндіруге маманданған өндіруші қамтамасыз ете алады. Қоғамда логистиканың дамуының деңгейі неғұрлым жоғары болса, соғұрлым кәсіпорын комплекттеуші бұйымдардың өз өндірісінен жеңіл бас тартып, бұл міндетті мамандандырылған өндірушіге тапсырады.

Сыртқы ортадағы жағдайға байланыссыз кәсіпорынның өзінде өз өндірісінен бас тартуды ұйғаратын факторлар әрекет етуі мүмкін.

Комплекттеуші бұйымдарды сатып алуды дұрыс көріп, яғни өз өндірісінен бас тарту жөніндегі шешімді келесі жағдайда қабылдау керек:

- егер комплекттеуші бұйым қажеттілігі шамалы ғана болса;
- комплекттеуші бұйымдарды өндіру үшін қажетті қуаттар жоқ болса;
- қажетті мамандық кадрлары жоқ болса.

Керісінше шешімді мына жағдайда қабылдайды:

- егер комплекттеуші бұйымдар қажеттілігі тұрақты және үлкен болса;
- егер оларды бар құрал-жабдықта өндіруге болса.

3-сұрақ. «Жасау немесе сатып алу» міндетін шешкеннен кейін және кәсіпорын қандай шикізат пен материалдарды сатып алу қажет екендігін шешкен соң, жеткізіп берушіні таңдау міндетін шешеді. Бұл міндетті шешудің келесі кезеңдері бар:

### 1. Потенциалды жеткізіп берушілерді іздеу.

Мұнда келесі әдістер қолданылады:

- конкурс жариялау;
- жарнамалық материалдарды зерттеу (фирмалық каталогтар, БАҚ-дағы хабарландырулар);
- көрмелер мен жәрмеңкелерге бару;
- мүмкін жеткізіп берушілермен хат алысу және жеке қатынастар.

Аталған шаралардың нәтижесінде потенциалды жеткізіп берушілердің тізімі құрылады. Ол әрдайым жаңаланып және толықтырылып тұрады.

**2. Потенциалды жеткізіп берушілерді талдау.** Потенциалды жеткізіп берушілердің құрастырған тізімі арнайы белгілер бойынша талданады (сапа, баға, жеткізіп беру сенімділігі, жеткізіп берушінің қашықтығы, тапсырыстарды орындау мерзімдері, психологиялық климат, жеткізіп берушінің қаржылық жағдайы және т.б.). потенциалды жеткізіп берушілерді талдау нәтижесінде келісімдік қатынастар жасау жөніндегі жұмыс жүргізілетін нақты жеткізіп берушілер тізімі құрастырылады.

**3. Жеткізіп берушілермен жұмыс нәтижелерін бағалау.** Жеткізіп берушіні таңдауға жасалып қойған келісім-шарттар бойынша жұмыс нәтижелері әсер етеді. Ол үшін жеткізіп берушінің рейтингісін (шкала бойынша белгілі бір

құбылысты субъективтік бағалау) есептеуге мүмкіндік беретін бағалардың арнайы шкаласы өңделеді. Рейтингі есептеу алдында сатып алынатын еңбек заттарының дифференциациясын жасау қажет, себебі олар өндірістік немесе саудалық процесс көзқарасынан тең емес. Кейбіреуі маңызды болады, яғни олардың жоқтығы өндірістік процестің тоқтатылуына алып келеді, демек мұндай затты жеткізіп берушіні таңдаудың негізгі белгісі – жеткізіп берудің өнімділігі болады. Ал егер еңбек заттары онша маңызды болмаса, оларды жеткізіп берушіні таңдағандағы басты критерий – оларды табуға және жеткізіп беруге кететін шығындар болады.