

УДК 64.033

Я. И. Шамлицкий, Я. О. Бебнева

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, Красноярск

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВ

Описано внедрение системы электронных торгов на примере ОАО «Красноярского завода холодильников «Бирюса» – крупного машиностроительного предприятия

Переход к рыночной экономике определяет роль и возрастающее значение закупочной логистики в общественном производстве. В постиндустриальных условиях крупные машиностроительные предприятия столкнулись с проблемой больших издержек на закупку материалов, комплектующих и заработной платы. Одним из методов снижения затрат на материалы, повышения прозрачности закупок является система электронной коммерции. Подобная система хорошо зарекомендовала себя на западе, в частности, на примере системы NORBIT. В Российской Федерации подобной системы, тем более для машиностроительных предприятий, не существуют. По оценкам западных аналитиков, внедрение указанной системы позволит снизить затраты на закупку примерно на 10–15 %.

Использование электронной коммерции в межфирменном взаимодействии началось с организации крупными компаниями собственных порталов, ориентированных на работу со своими поставщиками или потребителями. Однако практика показала, что наиболее перспективной формой межфирменной электронной коммерции является электронная торговая площадка (ЭТП), организованная на принципах кооперации между крупнейшими игроками рынка, поскольку именно эта работа обеспечивает максимальное привлечение участников торговли и, следовательно, создает условия для наибольшей эффективности.

Как правило, инициатором создания электронной торговой площадки выступает та сторона, для которой ожидаемый экономический эффект от внедрения площадки будет небольшим. Организатор ожидает от площадки снижения издержек за счет оптимизации логистики, консолидации закупок, исчезновения посреднической маржи и, самое важное, за счет достижения оптимальной цены. Участникам электронная площадка интересна тем, что позволяет значительно снизить производственные издержки и расширить рынки сбыта. Экономия от использования электронных площадок может достигать 15 % при закупках и 22 % при сбыте.

Использование традиционных средств коммуникации, таких как телефон, электронная почта, личные встречи, выполнение рутинных операций, отнимает львиную долю рабочего времени и требует большого штата персонала. Однако даже увеличивая количество таких специалистов, руководитель организации не может быть уверен в том, что им удастся найти лучшие предложения на рынке. Да и весь закупочный процесс в этом случае является непрозрачным, создавая благодатную почву для различных злоупотребле-

ний. В отличие от ручной работы, ЭТП берет на себя большую часть типовых операций по информированию участников торгов, сбору и агрегированию получаемой информации, регистрации новых участников.

Существующая система закупок материалов и комплектующих на Красноярском заводе холодильников «Бирюса» имеет ряд недостатков:

- субъективизм при выборе поставщиков;
- повышенные издержки из-за выбора некомпетентного поставщика;
- длительный цикл закупки материальных ресурсов и комплектующих.

В условиях динамики рынка на предприятии целесообразно ввести систему электронных торгов NORBIT Business Trade. Система предназначена для повышения эффективности снабженческой деятельности предприятий и холдинговых структур, она может использоваться независимо и интегрироваться с ERP-системой заказчика.

Из предложенных модулей системы были выбраны следующие наиболее значимые для предприятия: электронная торговая площадка (ЭТП), электронно-цифровая подпись (ЭЦП), планирование закупок, квалифицированный отбор поставщиков, отчетность, интеграция с другими системами: внутренний электронный документооборот, веб-сайт компании.

Внедрение NORBIT Business Trade позволит получить экономический эффект, который заключается:

- в консолидации закупок (из одного центра производится снабжение всех подразделений общества);
- управляемости закупок (информационная база системы содержит всю необходимую информацию для принятия верных управленческих решений);
- повышении эффективности закупок (за счет использования механизма обратных аукционов или аукционов на понижение, проводимых в сети Интернет, достигается максимально возможная цена покупки);
- снижении влияния «человеческого фактора» (эффективность процесса закупок не зависит от возможностей недобросовестности или некомпетентности менеджера по закупкам);
- снижении издержек на организацию закупок (основные стадии процесса автоматизированы, затраты на коммерческую работу снижены путем использования интернет-технологий взаимодействия с поставщиками).

На данный момент система находится на стадии внедрения, но уже сейчас длительность закупочного процесса заметно снижена. Внедрение подобных систем представляется очень важным, поскольку служит

положительным примером для многих других крупных промышленных предприятий, незнакомыми с системой электронной торговли, что, в свою очередь, позволит более динамично развиваться рынку и по-

высит конкуренцию между поставщиками. Но для их успешной работы необходима надежная правовая система, защищающая права интеллектуальной собственности и права акционеров.

Ya. I. Shamlitsky, Ya. O. Bebneva

Siberian State Aerospace University named after academician M. F. Reshetnev, Russia, Krasnoyarsk

INTRODUCTION OF SYSTEM OF ELECTRONIC AUCTIONS

The work describes introduction of the system of electronic auctions at an example JSC «KZH» Birjusa» of a large machine-building enterprise.

© Шамлицкий Я. И., Бебнева Я. О.. 2011

УДК 338.001

Н. В. Широченко

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М. Ф. Решетнева, Россия, Красноярск

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА РЫНКЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В практике логистического менеджмента все большее развитие получает институт провайдеров, берущих на себя основные виды операционной деятельности и комплексный сервис.

Мировой рынок логистических услуг устойчиво развивается на протяжении более 20 лет. В настоящее время на российском рынке доминируют традиционные виды логистических услуг, такие как транспортировка, складирование, грузопереработка, страхование грузов и тому подобное, которые носят ярко выраженный операционный характер.

В то же самое время на западных рынках доминируют контрактные логистические провайдеры, берущие на себя основные виды операционной деятельности и оказывающие комплексный сервис.

В логистической системе партнеры и контрагенты образуют так называемые «три стороны». Компанию, которая формирует ЛС, иногда называют центральной компанией или «хозяйном» логистического процесса. В зарубежной практике логистического менеджмента даже появился специальный термин Third Party Logistics (3PL) – «третья сторона в логистике» или логистический посредник.

Многие компании мирового класса применяют современные логистические технологии для оптимизации управления цепями поставок. К ним относятся, прежде всего, крупные международные экспедиторские компании и экспресс-доставщики (например, TNT, DHL, Shenker/BTL, UPS, FedEx и др.). При этом, как правило, используются принципы аутсорсинга (outsourcing) – передача определенных логистических и других видов услуг для выполнения сторонним организациям. Например, в США приблизительно 40 млрд долл. услуг в логистической сфере предоставляется на условиях аутсорсинга.

В зависимости от уровня интеграции и координации логистической деятельности выделяют следующие этапы развития логистического сервиса.

В период с 1970–1980 гг. сформировались так называемые технологии инсорсинга. 1PL-уровень инсорсинга (логистика одной стороны) в сфере логистических услуг, когда все операции выполняет сам грузовладелец. 2PL-уровень инсорсинга (логистика второй стороны) в сфере логистических услуг, фирма сама планирует и складировает, но не имеет транспортного парка. Это модель логистических услуг второго уровня.

По мнению В. В. Дыбской, это узкофункциональные логистические посредники (транспортные компании, экспедиторы, склады общего пользования, грузовые терминалы, таможенные брокеры, агенты, стивидорные компании, страховые компании, фирмы по оказанию информационно-консалтинговых услуг в области логистики и т. п.).

В период с 1980–1990 гг. появляется 3PL-уровень аутсорсинга в сфере логистических услуг (или полный аутсорсинг), при котором субподрядчики занимаются логистикой фирмы, фирма сама не занимается внешней логистикой. Это модель логистических услуг третьего уровня, или 3PL-провайдеры.

К функциям 3PL-провайдера относят: прямую транспортировку; управление складированием; консолидацию отправок; экспедирование; оформление платежей за перевозки; сопровождение грузов; услуги таможенного брокера; проектирование информационных систем; выбор информационного обеспечения; поддержку информационных систем; выбор перевоз-