

КОНЦЕПЦИЯ «МОВ» В ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКЕ
CONCEPT «MOB» IN TRANSPORT LOGISTIC

Фролкова А. Д., Призба М. И.

Научный руководитель – Дирко С. В., кандидат экономических наук,
доцент кафедры логистики и ценовой политики
Белорусский государственный университет, Институт бизнеса
г. Минск, Беларусь

angelinafrolkov@gmail.com, prizbamargarita@mail.ru

А. Frolkova, M. Prizba

Supervisor – Dzirko S., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
of the Department of Logistics and Pricing Policy
Belarusian state university, Minsk, Belarus

Аннотация. В статье рассматривается проблема

«инсорсинга/аутсорсинга» транспортных услуг как частный случай одной из основных оптимизационных задач организации бизнеса – задачи МОВ (Make-or-Buy – «Делать самому или покупать») и приводится ряд внешних и внутренних факторов необходимых для принятия решения: «Делать самому или покупать».

Abstract. The article reveals the problem of «insourcing/outsourcing» related to transportation facilities as one of the particular cases for the general optimization problem МОВ (Make-or-Buy – «Make it yourself or buy») and there are several inner and outer aspects that should be analyzed before taking decisions: «Make or buy».

Ключевые слова: инсорсинг, аутсорсинг, транспортная логистика, задача МОВ.

Key words: insourcing, outsourcing, transport logistic, problem МОВ.

Введение.

Логист – это специалист, занимающийся планированием, управлением и контролем движения товаров от момента их производства до момента потребления. Он обладает необходимыми знаниями и навыками для организации бесшовной доставки грузов по оптимальным маршрутам в установленные сроки и по согласованной цене. Для того, чтобы эффективно управлять транспортировкой грузов и экономить ресурсы компании он должен уметь решать оптимизационные задачи, следуя определенному плану, таким образом повышая эффективность всей цепочки поставок.

Основная часть.

Одной из важнейших задач при проектировании логистических систем распределения является моделирование размера и структуры транспортных мощностей. Для удовлетворения потребностей в транспорте менеджеры в области логистики могут использовать свой собственный транспортный парк, перевозчиков/поставщиков логистических услуг, что позволит снизить расходы на транспортировку груза и обеспечить независимость на рынке перевозок. Но с другой стороны, избыток мощностей собственного автопарка обходятся очень дорого [2].

Поэтому одним из этапов проектирования логистической системы распределения будет принятие решения в выборе одного из двух основных подходов по распределению рабочей силы, а именно выбор между инсорсингом и аутсорсингом.

Снижение затрат является одной из основных причин использование аутсорсинга логистики, то есть привлечение внешних исполнителей для выполнения некоторых бизнес-процессов компании. Если принимается решение о передаче транспортных операций на аутсорсинг, то, как правило, все дальнейшие решения по организации, выполнению транспортных и сопутствующих логистических операций берет на себя посредник – перевозчик, экспедитор или логистический оператор. Однако, согласно теории транзакционных издержек, часто существует возможность привлечения и создания своего транспортного состава, инфраструктуры, реализующей логистические операции, что называется инсорсинг [1,2].

Решение вопроса «инсорсинг/аутсорсинг» транспортных услуг представляет собой конкретный пример одной из ключевых оптимизационных задач в бизнесе — задачи МОВ (Make-or-Buy — «Делать самому или покупать»). Эта задача основывается на определении и сравнении общих затрат на использование собственного транспортного парка и услуг сторонних логистических операторов. Данная модель позволяет выяснить, в каких случаях целесообразнее осуществлять перевозки самостоятельно, а когда выгоднее обращаться к внешним поставщикам.

В настоящее время многие авторы подчеркивают, что смешанные решения могут дать лучшие результаты, чем альтернативы “сделай сам” или “купи сам”. Нормативные модели, методы и процедуры принятия решений “Сделай сам или купи сам” в транспортном планировании изучены недостаточно. Вместо этого исследования

скорее сосредоточены на методах выбора перевозчиков, в соответствии с которыми предполагается, что аутсорсинг транспортных мощностей является наиболее подходящим решением [2].

Решение о том, производить или покупать, - это проблема, с которой часто сталкиваются руководители, которые стремятся выявить и эффективно использовать все возможности на различных этапах цепочки поставок. Она связана с тем, как лучше получить нужный продукт, и сравнивая затраты на собственное производство и закупку у поставщика для разного количества единиц устанавливается равновесие между экономически эффективными решениями “сделать” или “купить”. Сравнивая эти затраты для разных объемов продукции, можно найти оптимальное количество, при котором расходы будут минимальными. Также данное решение не должно приниматься только на основе экономических факторов, поскольку это может быть связано с приобретением или утратой ключевых компетенций компании.

Для того, чтобы эффективно использовать свои сильные стороны, ведущие производители применяют сценарный подход, который позволяет одновременно оценивать и сравнивать создание ценности и структуру затрат для различных вариантов выбора поставщиков. Такой всесторонний метод дает возможность компаниям разработать обширные рекомендации для принятия решений о производстве или закупках на уровне всей организации.

Для разработки сценария комбинации источников необходимо создать матрицу из четырех квадратов, помогающую определить, какие детали производить самостоятельно, а какие передавать на аутсорсинг. Эта таблица объединяет оценку стратегической ценности и позицию по затратам. В правом верхнем квадрате указаны те детали, которые следует производить внутренними силами, так как они имеют высокую стратегическую ценность и дешевле в производстве. В правом нижнем квадрате детали, которым нужно улучшать позицию по затратам для повышения ценности собственного производства, поскольку их покупка экономически выгоднее. Детали в двух левых квадратах, имеющие низкую стратегическую ценность, являются хорошими кандидатами для аутсорсинга. Производство деталей в верхнем левом квадрате стоит дешевле, но этот вариант стоит рассматривать только при трудностях с поставщиками или возможности значительной экономии без ущерба для основных

стратегических продуктов.

Решения о передаче ключевых функций на аутсорсинг являются одними из самых важных стратегических шагов для организации. Они определяют, какие функции будут выполняться с использованием внутреннего опыта, а какие — с привлечением внешних ресурсов. Даже простое решение о покупке может оказать влияние на производственные процессы, оборотный капитал, стоимость заемных средств и конкурентные позиции компании. Аутсорсинг позволяет организациям сосредоточиться на своих ключевых направлениях, которые критически важны для поддержания конкурентных преимуществ. Это, в свою очередь, способствует улучшению производственных отношений и повышению производительности труда [4].

Ключевым стратегическим вопросом при аутсорсинге является способность фирмы предоставлять услуги на уровне лучших мировых организаций. Если сервисная деятельность удовлетворяет нескольким критериям данная услуга является центральной в основных стратегических направлениях деятельности, то для оптимального решения "делай или покупай" необходимо оценить, как это повлияет на качество конечного продукта и основные направления деятельности компании. [5].

Заключение.

В заключение, выбор между производством и закупкой критически важен для производственной стратегии и влияет на активы, занятость и компетенции компании. Хотя бухгалтерский учет может казаться простым, на практике принятие решений о производстве или закупке связано с множеством нюансов. Важно тщательно оценивать возможности закупки, так как применение принципа «сделай или купи» может стать конкурентным преимуществом. Это позволит не только достичь экономии, но и адаптировать стратегии закупок к основным целям компании. Разработка сценариев станет ключевым элементом в принятии решений, способствуя устойчивости и созданию ценности.

Литература

1. Логистика: современные тенденции развития: материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф. 6, 7 апреля 2017 г.: /ред. кол.: В. С. Лукинский (отв. ред.) и др. — СПб.: Изд-во ГУМРФ им. адм. С. О. Макарова, 2017. — С. 199

2. TRANSPORT FLEET SIZING BY USING MAKE AND BUY DECISION-MAKING// ECONOMIC ANNALS, Volume LVI, No. 190 / July – September 2011 - C. 77-79.

3. Maximizing the Make-or-Buy, Advantage, A Scenario-Based Approach to Increasing Resilience and Value// The Boston Consulting Group – C. 4-7

4. A MAKE-OR-BUY DECISION PROCESS FOR OUTSOURCING// University of Ljubljana, Faculty of Maritime Studies and Transportation Pot pomorščakov 4, SI-6320 Portorož, Republic of Slovenia/ Mar - July 2010 - C. 285-287.

5. L. G. Laios, S. J. Moschuris: "Make-or-buy Decisions – Major Factors to Consider", Journal of Supply Chain Management, 2004 [Электронный ресурс]- <https://www.bcg.com/publications/2015/lean-manufacturing-sourcing-procurement-maximizing-make-buy-advantage>– C. 85-87.

Представлено 5.11.2024