

INFLUENCE OF LOGISTICS ON ENTERPRISE COMPETITIVENESS

ნათო სარხანიძე

ბათუმის სახელმწიფო საზღვაო აკადემია,
მასწავლებელი

NATO SARKHANIDZE

Batumi State Maritime Academy, Teacher

ანოტაცია

სტატიაში განხილულია ლოჯისტიკის წვლილი საწარმოს ეფექტურად ფუნქციონირებაში და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების შესაძლებლობები ლოჯისტიკური სისტემის ფორმირების მეშვეობით. ასევე გამოვლინდა ლოჯისტიკური შესაძლებლობების დადებითი ასპექტები და დადასტურდა ლოჯისტიკური დეპარტამენტის შექმნის აუცილებლობა ორგანიზაციაში, რომლის მიზანია მატერიალური ნაკადების კონტროლი მათი მოძრაობის ყველა ეტაპზე.

საკვანძო სიტყვები: ლოჯისტიკა, კონკურენტუნარიანობა, ლოჯისტიკური კონცეფციები.

Abstract

The article discusses the contribution of logistics in the efficient operation of the company and the possibility of increasing the competitiveness of enterprise through the formation of logistics system of the organization. It reveals positive aspects of logistics and the necessity of creation of the logistics department in the organization, the purpose is to control material flows at all stages of their movement.

Keywords: logistics, competitiveness, logistics concept.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ყველა საწარმოს მთავარ მიზანს წარმოადგენს ბაზარზე თავის დამკვიდრება, მოგების მაქსიმიზაცია და დაყენების ოპტიმიზაცია. მკაცრი კონკურენტული ბრძოლის პირობებში, თანამედროვე ეკონომიკის მრავალ დარგში საწარმოს განვითარების მნიშვნელოვან მაჩვენებლად ითვლება კონკურენტუნარიანობა – ფირმის საქონლისა და მომსახურების უნარს პასუხობდეს ბაზრის კონკურენტულ მოთხოვნებს.

აქედან გამომდინარე უკანასკნელ წლებში ფართოდ გამოყენება და გავრცელება ჰპოვა ლოჯისტიკამ, რომელიც ამბაფრებს კონკურენტუნარიანობას, საწარმოში ლოჯისტიკისა და ლოჯისტიკური მიდგომების გამოყენებისა და დანერგვის საფუძველზე. ის ხელს უწყობს ორგანიზაციის უკეთ წარმართვას, შესაძლებლობას იძლევა მნიშვნელოვნად შემცირდეს მასალების (maxevarfabrikatebis) შექმნისა და მზა პროდუქციის მომხმარებლისათვის მიწოდების დროის ინტერვალი, გაუმჯობესდეს სერვისის დონე, შემცირდეს მატერიალური მარაგებისა და საბრუნავი კაპიტალის მოცულობა, დაჩქარდეს ინფორმაციის მიღების პროცესი, შემცირდეს პროდუქციის თვითღირებულება და უზრუნველყოს საქონელსა და მომსახურებაზე მომხმარებელთა მოთხოვნების შედარებით სრული დაკმაყოფილება.

ლოჯისტიკა – არის ეკონომიკური მეცნიერება, საქონელისა და მომსახურების რაციონალური გადაადგილებისა მწარმოებლიდან მომხმარებელამდე, ასევე მეცნიერება საქონლის მარაგების მართვისა. ლოჯისტიკის მნიშვნელობა ცნობილია უმეტესი მწარმოებლისთვის, მაგრამ ბევრმა მათგანმა ჯერ კიდევ ვერ გადაწყვიტა სჭირდებათ მათ ის თუ არა. იმისათვის, რომ ბიზნესში მიღწეული იქნას მაქსიმალური შედეგები, ამაღლებული იქნეს მათი კონკურენტული უპირატესობები, მნიშვნელოვანია საწარმოების მიერ, თავიანთი საქმიანობის სფეროში ლოჯისტიკის გამოყენება. ეკონომიკის სფეროში ლოჯისტიკის გამოყენება. ეკონომიკის სფეროში ლოჯისტიკის გამოყენება.

მიკუთვნილი ეფექტიანობის დონე, მნიშვნელოვანწილად არის დამოკიდებული საწარმოების მიერ სწორი ლოჯისტიკული მეთოდოლოგიის გამოყენებაზე.

გამოკვლევებმა, რომლებიც ჩატარდა დიდი ბრიტანეთში აჩვენა, რომ პროდუქტის ღირებულების 70%-ზე მეტი, რომელმაც გაიარა მთელი გზა პირველადი წყაროდან საბოლოო მომხმარებელამდე, «შედგება შემდეგი დანახარჯებისგან: დაკავშირებული შენახვასთან, ტრანსპორტირებასთან, შეფუთვისასთან და სხვა ოპერაციებთან, რომლებიც უზრუნველყოფენ მატერიალური ნაკადების მოძრაობას». ამ სფეროს სპეციალისტები ხელს უწყობენ წარმოების, შენახვის, მიწოდებისა და ტრანსპორტირების რაციონალურ ურთიერთქმედებას. ლოჯისტიკა იძლევა პროცესის ორგანიზების საშუალებას ისე, რომ ყველა მასალა და ნახევარფაბრიკატები მიეწოდებოდეს ზუსტი რაოდენობით, ზუსტ დროსა და ადგილას, მზა პროდუქციის ასაწყოებად ან საწარმოებად. ამ პირობების შესრულებას მიყვარს საწარმოს სტაბილურ და უწყვეტ საწარმოო პროცესამდე და ასევე მიდევალების დროულ მომარაგებამდე. ყოველივე ეს ხელს უწყობს და საშუალებას აძლევს საწარმოს, პარტნიორებთან გრძელვადიანი ურთიერთობების დამყარებასა და საზოგადოებაში იმიჯის ამაღლებაში.

წარმოების სფეროში ლოჯისტიკის გამოყენება იძლევა შემდეგ შესაძლებლობებს:

მატერიალური ნაკადების მარაგების შემცირება მოძრაობის

მთელ მანძილზე;

ლოჯისტიკურ ჯაჭვში საქონლის მოძრაობის დროის შემცირება;

სატრანსპორტო დანახარჯების შემცირება;

ტვირთთან დაკავშირებული დანახარჯების შემცირება.

ხეშობით ხსენებული გამოკვლევების მონაცემების საფუძველზე, დახარჯული მთლიანი დროის ორიდან-ხუთ პროცენტამდე განკუთვნილია დასაწყოებაზე, საწარმოო პროცესსა და ადგილზე მიტანაზე, რაც შეადგენს დროის დანახარჯს საკუთარ წარმოებაზე. აქედან გამომდინარე, საქონელბრუნვის მთლიანი დროის 95% მეტი მოდის ლოჯისტიკურ ოპერაციებზე. ამიტომაც ლოჯისტიკა განიხილება როგორც ფაქტორი ფირმის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისა. ამასთან დაკავშირებით აქტუალური ხდება ისეთი ამოცანები როგორცაა შეფერხებებისა (დანახარჯებისა) და მანქანების კონტროლის ხერხების ძიებისა, რომელიც უფრო კარგად ასახავს ლოჯისტიკის კავშირს ფირმის ძირითად ეკონომიკურ და ფინანსურ ინდიკატორებთან.

უცხოურ ლიტერატურაში, რომელსაც შეხება აქვს ეკონომიკასთან, ხაზგასმით აღნიშნავენ, რომ ფირმები რომლებიც იყენებენ ლოჯისტიკურ კონცეფციას და მის საფუძველზე აგებენ თავიანთ სტრატეგიას, აქვთ უკეთესი მანქანებლები, რომლებიც ასახავენ დამოკიდებულებას შემოსავლისა, მიღებული საქონლისა და მომსახურების

გაყიდვიდან, ინვესტირებულ კაპიტალთან მიმართებაში. ლოჯისტიკა ზეგავლენას ახდენს ხარჯებზე, რომელიც დაკავშირებულია საქონლის გაყიდვასთან. ასეთ დანახარჯებს მიეკუთვნება დაკვეთის შესრულების დაყოვნება, რომელიც თავისთავად გამოიწვევს ხარჯებს მათ დამუშავებაზე, გადაზიდვაზე, დასაწყოებაზე, მარაგების მართვაზე და ტვირთის შეფუთვაზე, ბაზრისა და მომხმარებლების მომარაგება სათანადო ნაწილებით, გაყიდვის შემდგომ სერვისსა და სხვა მგავს საქმიანობებზე. ლოჯისტიკა ასევე მოქმედებს ბაზარზე ფირმის მდგომარეობის გაუმჯობესებასა და მასზე მისი წილის გაზრდაზე.

ლოჯისტიკა მიშნელოვან ზეგავლენას ახდენს ინვესტიციურ კაპიტალზე, რომელიც ვლინდება ფირმებისა და საწარმოების ბალანსის ძირითად ელემენტებზე, აქტივებსადა პასივებზე ზეგავლენის მეშვეობით. ვინაიდან და რადგანაც თანამედროვე პირობებში ბევრი ფირმა აწყდება "ნაღდი ფულის" დეფიციტის პრობლემას, «ისეთი ელემენტები, როგორცაა "ნაღდი ფული" და "დებიტორული ანგარიშები", წარმოადგენენ გადაწყვეტ ფაქტორებს ფირმის ლიკვიდურობის თვალსაზრისით» და არიან უმთავრესნი. მიუხედავად იმისა, რომ ლოჯისტიკური მდგენელი არსებით გავლენას ახდენს ბალანსის აღნიშნულ ნაწილზე, არც არავინ უარყოფს იმ ფაქტს, რომ რაც მოკლეა დაკვეთის შესრულების ვადები (დაკვეთის მიღების მომენტიდან მომხმარებელზე საქონლის მიწოდების მომენტამდე), მით სწრაფად შეიძლება გამოიწვიოს ანგარიშები. ამგვარად დაკვეთის შესრულების სინქარემ შეიძლება გავლენა იქონიოს ნაღდი ფულის ნაკადებზე, თუკი ანგარიში არ გამოიწვიება მანამ, სანამ საქონელი არ გაიგზავნება.

ის ასევე არსებით ზეგავლენას ახდენს საბრუნავ კაპიტალზე მარაგების შემცირების გზით, ამცირებს რა მასალების, ნახევარფაბრიკატების, მაკომპლექტებელი და მზა ნაკეთობის მარაგებს. ძლიან ხშირად ფირმა-პროდუცენტების საბრუნავი კაპიტალის ნახევარზე მეტი მოდის სწორედ ამ მარაგებზე. ამიტომაც, ლოჯისტიკური ფაქტორი, რომელიც გავლენას ახდენს ინვესტირებულ კაპიტალზე, მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია კომპანიის პოლიტიკაზე მარაგების დონის, მარაგების დონის მართვისა და კონტროლის ხარისხის მიმართ, აგრეთვე, განაწილებაში მოთხოვნების დაგეგმვის სისტემაზე.

ცნობილია, რომ დაკვეთის ეკონომიკური ზომის ტრადიციული კონცეფცია ხშირად სრულად ვერ ასახავს წარმოებისა და განაწილების მოთხოვნებს. რის შედეგადაც წარმოიქმნება მარაგების ზედმეტი დონე. თავის მხრივ, მასალებისა და ნედლეულის შესყიდვა მჭიდროდაა დაკავშირებული კრედიტორების ანგარიშებზე. ლოჯისტიკის თვალსაზრისით, ასეთი ანგარიშები წარმოადგენენ ფირმის ბალანსის ძირითად ელემენტებს და გავლენას ახდენენ მათ საბრუნავ კაპიტალზე. შესაბამისად, შესყიდვების და წარმოების მართვის ინტეგრაციამ, როგორც ლოჯისტიკური სტრატე-

გის შემადგენელმა ნაწილმა – შეიძლება მოგვეცეს დადებითი ეფექტი, რაც დამტიკებულია პრაქტიკულად. ფირმებში, რომლებიც, მარაგების ხარჯვის სტადიები შეესაბამებიან მასალებსა და ნედლეულზე არსებულ მოთხოვნებს, მცირდება ლოჯისტიკური დანახარჯები, შესაბამისად მაღალია ინვესტიციური კაპიტალის გამოყენების მაჩვენებელი.

საწყოების, სატრანსპორტო საშუალებების და ლოჯისტიკური სისტემების სხვა ელემენტების იჯარა მოიჯარეებისთვის წარმოადგენს მიმდინარე ხარჯებს. ძირითადი კაპიტალის შეცვლა მიმდინარე ხარჯებით, მიიღწევა სხვა მომსახურების ფირმების მოხილვით, დასაწობების თუ გადაზიდვის ოპერაციების შესასრულრბლად, ამ სამუშაოების განხორციელებისთვის საკუთარი საშუალებების ყიდვის ნაცვლად.

ლოჯისტიკის სფეროში ბაზრის ფართო დიპაზონისთვის (სასურსათო საქონლის ბაზრიდან, კაპიტალტევად პროდუქციამდე) ჩატარებული გამოკვლევები ცხადყოფს, რომ ფირმა – პროდუცენტები და შუამავლები ფლობენ საკმაოდ ფართო შესაძლებლობებს მომხმარებელისთვის ხელსაყრელი პირობების შესაქმნელად. თუმცა ეს შესაძლებლობები შეიძლება რეალიზებული იქნას მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი ლოჯისტიკური სისტემების ფუნქციონირება სრული მოცულობით ორიენტირებულია ბაზარზე.

ხემოთ განხილული საკითხები გვაძლევს იმის მტკიცების საშუალებას, რომ ლოჯისტიკის მიზანი ცდებამ ხოლოდ მოცდენების შემცირებისა და მოგების ზრდის ჩარჩოებს. აქედან გამომდინარე, ფირმის კონკურენტუნარიანობის კონცეფცია მდგომარეობს კონკურენტული უპირატესობის მიღებაში, დამატებითი მომსახურების გაწვისა და მისი ხარისხის გაუმჯობესების ხარჯზე. გარკვეული დროის შემდეგ ფირმების უმრავლესობის მიერ აღნიშნული კონცეფციების გამოყენებისას, დანახარჯების შემცირება შეიძლება ისევე აღმოჩნდეს უპირველეს საქმიანობად, მაგრამ უკვე სხვა ფაქტორების საფუძველზე. შესაბამისად, ფირმის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება ლოჯისტიკის ხარჯზე – ესაა უწყვეტი და დინამიური პროცესი.

ახლა განვიხილოთ რამოდენიმე ლოჯისტიკური მიდგომა ანუ კონცეფცია, რომლებიც განაპირობებენ საწარმოებისა თუ ფირმების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას:

დასავლელმა მეცნიერებმა შეიმუშავეს რამოდენიმე ლოჯისტიკური კონცეფცია, რომლებიც უკვე წარმატებით გამოიყენება მრავალი ცნობილი კომპანიებისა და კორპორაციების მიერ. ამ კონცეფციების დანერგვამ მნიშვნელოვანი კონკურენტული უპირატესობები მისცა მათ და ასევე მათ მიერ წარმოებულ საქონელს, საშუალება მისცა აღნიშნული საწარმოები და კომპანიები გამხდარიყვნან ლიდერები წარმოების თავიანთ დარგში. ქვემოთ მოყვანილია დღესდღეისობით ყველაზე ხშირად გამოყენებადი კონცეფციების და მათი დანერგვის მაგალითები კონკრეტულ საწარმოებში.

პირველი კონცეფციაა – “ჟუსტინტიმე” “ზუსტად დროში”. აღნიშნული კონცეფცია ფართოდ გავრცელებულია, ის ჩამოყალიბდა 50-იანი წლების ბოლოს, როდესაც იაპონურმა კომპანიამ «Toyota motors» დაიწყო “kanbani”-s KANBAN-ის სისტემის აქტიური დანერგვა. (KANBAN – იაპონური სახელწოდებაა, გავრცელებულია დასავლეთში და იაპონურად ნიშნავს “რუკას”). კონცეფციის სლოგანს წარმოადგენს პოტენციური მარაგების გამორიცხვა, მასალების, ნაწილების და ნახევარფაბრიკატების წარმოების პროცესში. ამ კონცეფციის შექმნის თავდაპირველი მიზანი იყო ის, რომ თუ წარმოების გეგმა (განრიგი) შედგენილია და გადაცემულია შემსრულებლებისთვის, მაშინ შესაძლებელია პროცესის ისე ორგანიზება, რომ საწარმოში ყველა მასალა და ნახევარფაბრიკატი მიეწოდოს საჭირო რაოდენობით, საჭირო ადგილას და ზუსტად დათქმულ დროს, საქონლის წარმოებისთვის ან მზა პროდუქციის აწობისათვის. ამისათვის საჭიროა მონაცემების ოპერატიული გადაცემა ქვეგანყოფილებებს შორის და მაკომპლექტებელი ნაკეთობების მოწოდებლების სწორი კოორდინაცია. აღნიშნული კონცეფციის გამოყენება მნიშვნელოვნად აუმჯობესებს გამოშვებული პროდუქციის ხარისხს, ამცირებს წარმოების ხარჯებს, პრაქტიკულად კვეცავს სადაზღვეო მარაგებს და ასევე აჩქარებს საბრუნავი კაპიტალის ბრუნვას ფირმაში.

ასევე, განვიხილოთ მაკროლოჯისტიკური კონცეფცია «ეანპროდუცტიონ» “ზუსტი წარმოება”. ეს მიდგომა ითვალისწინებს შემდეგი ძირითადი კომპონენტების ერთობლიობას: პროდუქციის მაღალი ხარისხი, საწარმოო პარტიების მცირე ზომა, მარაგების დაბალი დონე, მაღალკვალიფიციური პერსონალი და მოქნილი ტექნოლოგიები. ამ კონცეფციამ თავისი დასახელება “ზუსტი წარმოება” მიიღო, იმიტომ რომ მასიური წარმოებისგან განსხვავებით მოითხოვს მნიშვნელოვნად ნაკლებ რესურსებს – მცირე მარაგებს, ერთეული პროდუქციის წარმოებისთვის საჭირო მცირე დროს, ნაკლები დანახარჯები წუნდებული პროდუქციიდან და ა. შ. ამგვარად, “ზუსტი წარმოება” აერთიანებს მასიური წარმოების (წარმოების დიდი მოცულობა – დაბალი თვითღირებულება) და მცირე სერიული წარმოების უპირატესობებს (პროდუქციის მრავალფეროვნება – მოქნილი ასორტიმენტი).

დასასრულს, მინდა აღნიშნო, რომ ლოჯისტიკა არის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი და ეფექტური ინსტრუმენტი საწარმოს კონკურენტუნარიანობისა და ორგანიზაციის რენტაბელობის ამაღლებისა. ვინაიდან და რადგანაც ფირმის საერთო დანახარჯების ნახევარზე მეტი მოდის ლოჯისტიკურ შეფერხებებზე (დანახარჯებზე): მასალებისა და მაკომპლექტებელი ნაკეთობის შესყიდვებზე, მატერიალური რესურსებისა და მზა პროდუქციის შენახვაზე, გაყიდვებზე და ა.შ. აქედან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ლოჯისტიკური სისტემის რეფორმირება და მიწოდებლების არხე-

ბის ოპტიმალური ფორმირება მნიშვნელოვნად ამცირებს საერთო დანახარჯებს, რასაც საბოლოო ჯამში მიყვავართ ფირმის კონკურენტუნარიანობის

ამაღლებასთან, იმ ორგანიზაციებთან შედარებით, რომლებიც იგნორირებას უკეთებენ ლოჯისტიკურ მიდგომების გამოყენებას მართვაში.

ლიტერატურა/ REFERENCES

1. ტყეშელაშვილი გ., ხმალაძე გ., „ლოჯისტიკის საფუძვლები“ – «თბილისი» 2004 წ. [Tkeshelashvili G. Khmaladze G. «Logistics Principles» - «Tbilisi» 2004];
2. მამულაძე რ., ვარდმანიძე ჯ., „ლოჯისტიკური კონცეფციები – წარმატებული ბიზნესის გარანტი“. ბათუმის საზღვაო აკადემია, შრომები II, 2008 წ. [2. Mamuladze R., Vardmanidze J., «Logistics Concepts - Successful Business Guarantee». Batumi Maritime Academy, Works II, 2008];
3. მამულაძე რ. გაბაიძე მ., „ლოჯისტიკა“ – ს.ს. «გამომცემლობა აჭარა» ბათუმი 2013 წ. [3. Mamuladze R., Gabaidze M., “Logistics” - JSC «Publishing House Adjara» Batumi 2013];
4. Аникин Б.А., Тяпухин А.П., Коммерческая логистика – «Москва» 2007 г. [4. Anikin B.A. Tyapukhin A.P. Commercial logistics - “Moscow” 2007] ;
5. Алесинская Т.В., Основы логистики. Функциональные области логистики – «Таганрог» 2010г. [5. Alesinskaya TV, Foundations of Logistics. Functional areas of logistics - “Taganrog” 2010.];
6. Дегтяренко В. Н., Основы логистики маркетинга – «Ростов» 2011г. [6. Degtyarenko VN, Foundations of Logistics Marketing - “Rostov” 2011.];
7. Шехтер Д. Логистика. Искусство управления цепочками поставок / Д. Шехтеру – М.: Альпина, 2013 г. [Shekhter D. Logistics. The art of supply chain management / D. Shekhter - Moscow: Alpina, 2013];
8. Сербин В.Д., Основы логистики - «Таганрог» 2004 г. [Serbin V.D., Basics of Logistics - “Taganrog”, 2004.];