

9. Черников А. Облачные вычисления и Украина: осень 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ko.com.ua/oblachnye_vychisleniya_i_ukraina_osen_2011_59041>. – Дата доступа: 28.10.2011.

УДК 657.6:[005.932:005.584.1]

Германчук А.М., канд. екон. наук, доц. (ДонНУЕТ, Донецьк)

ЛОГІСТИЧНИЙ АУДИТ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ

У статті розглянуто основні положення логістичного аудиту, визначено його значення, цілі та завдання; запропоновано концептуальну модель логістичного аудиту бізнес-процесів маркетингової логістики, розроблено систему логістичного аудиту в розрізі ключових бізнес-процесів маркетингової логістики.

Ключові слова: *маркетингова логістика, логістичний аудит.*

Стрімкий розвиток ринку, жорсткість конкуренції, вимоги поліпшення якості сервісу клієнтів ставлять перед підприємствами нові завдання. Тому для забезпечення конкурентоспроможності й посилення своїх позицій на ринку вітчизняним підприємствам необхідно оптимізувати всі процеси створення вартості – від постачання сировини до сервісного обслуговування кінцевого споживача. Система логістики сучасного підприємства вимагає високої продуктивності персоналу під час реалізації логістичних функцій, використання ефективних технологій у бізнес-процесах логістичних систем, належної якості сервісного обслуговування клієнтів та ін. Тому для забезпечення результативності здійснення логістичних бізнес-процесів необхідне проведення відповідного аналізу, контролю й прийняття адекватних рішень, реалізується за допомогою логістичного аудиту.

Немало закордонних й вітчизняних вчених й практиків, серед яких можна виділити Т.В. Алесинську [1], В.В. Дибську [2], Є.І. Зайцева [2], Д.М. Ламберта [6], Л.Б. Миротіна [2], М.А. Окландера [5], В.І. Сергєєва [2], А.Н. Стерлігову [2], Дж.Р. Стока [6], І.Є. Ташбаєва [7], Д. Уотерса [8], розглядали у своїх роботах проблеми логістичного аудиту. Однак у цілому не існує єдиної точки зору на сутність і методику його проведення. Так, Т.В. Алесинська вказує, що для одержання інформації про середовище ведення бізнесу й про особливі компетенції застосовують логістичний аудит, мета якого полягає в зборі значимої інформації про існуючі способи, показники й умови здійснення логістичної діяльності. Відповідно до зазначених напрямків виділяється зовнішній і внутрішній логістичний аудит [1, с. 97].

В.В. Дибська, Є.І. Зайцев, В.І. Сергєєв, А.Н. Стерлігова під логістичним аудитом розуміють «...періодичні перевірки стану окремих компонентів логістичної системи й ефективності виконання логістичних функцій/операцій» [2, с. 826]. При цьому автори вказують, що в логістичному менеджменті застосовують різні види аудиту: загальний функціональний аудит; аудит попиту й

рівнів логістичного сервісу; аудит характеристик продуктивності й ресурсовіддачі; аудит логістичних витрат і загальний фінансовий аудит; аудит запасів; аудит товарно-транспортної документації тощо. [2, с. 827].

Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт виділяють аудит обслуговування споживачів, який використовується для оцінки рівня обслуговування, забезпечуваного компанією, і служить як еталон, з яким зіставляються зміни, здійснювані в політиці обслуговування споживача. На їхню думку, процедури аудиту повинні включати чотири етапи: зовнішній аудит процедур обслуговування споживачів, внутрішній аудит обслуговування споживачів, ідентифікацію можливих рішень і визначення рівнів обслуговування споживачів [6, с. 101].

Професор М.А. Окландер вказує, що аудит маркетингу й логістики слід порівнювати за значенням до аудиту бухгалтерського обліку. При цьому вчений підкреслює, що проблемам аудиту логістики приділено значно менше уваги, чим аудиту маркетингу й пропонує своє бачення питань ситуаційного аналізу стану логістики підприємства [5, с. 234-238].

На думку Д. Уотерса логістичний аудит дає систематизований огляд поточних операцій, опис процедур, витрат, ресурсів використання, показників, продуктів та інших значимих параметрів [8, с. 116]. Автор виділяє два етапи логістичного аудиту: зовнішній аудит займається середовищем дії логістики і внутрішній аудит аналізує способи виконання операцій у самій організації й дозволяє виявити ділянки, що вимагають удосконалення [8, с. 117].

І. Ташбаєв під логістичним аудитом розуміє проведену незалежною стороною оцінку всіх аспектів ланцюга постачань компанії, визначення «сильних» і «слабких» сторін логістичної системи підприємства, відстеження тенденцій, що впливають на їхнє формування, проведення аналізу випадків неефективного використання ресурсів, визначення рівня конкурентоспроможності логістичної системи підприємства. У своїй роботі автор пропонує систему операційних показників, які можна розділити на чотири групи: показники ефективності обслуговування клієнтів і оцінки якості сервісу; показники, пов'язані з витратами на виконання логістичних функцій; показники використання активів; показники бенчмаркінгу [7].

Консалтингова компанія «Логістичний консалтингцентр», яка працює на ринку України з 2006 року і є членом Української ліги логістики й складування, визначає логістичний аудит як проведену незалежною стороною безпристрасну оцінку всіх складових ланцюжків поставок компанії, включаючи взаємини з постачальниками й клієнтами, планування, технологічні процедури, документообіг, логістичну інфраструктуру, контроль якості й відповідності витрат на логістику місцевим ринковим умовам [4].

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що у вітчизняній та закордонній літературі розглядається загальний логістичний аудит або окремі його напрямки.

Метою статті є обґрунтування сутності та значення логістичного аудиту бізнес-процесів маркетингової логістики та визначення напрямків його проведення на підприємстві.

На наш погляд, логістичний аудит бізнес-процесів маркетингової логістики – це комплексна система регулярного дослідження стану й функціонування

системи маркетингової логістики й окремих її компонентів, логістичних бізнес-процесів, операцій і процедур, ресурсів і витрат логістичної діяльності, як наочно показано на рисунку 1.

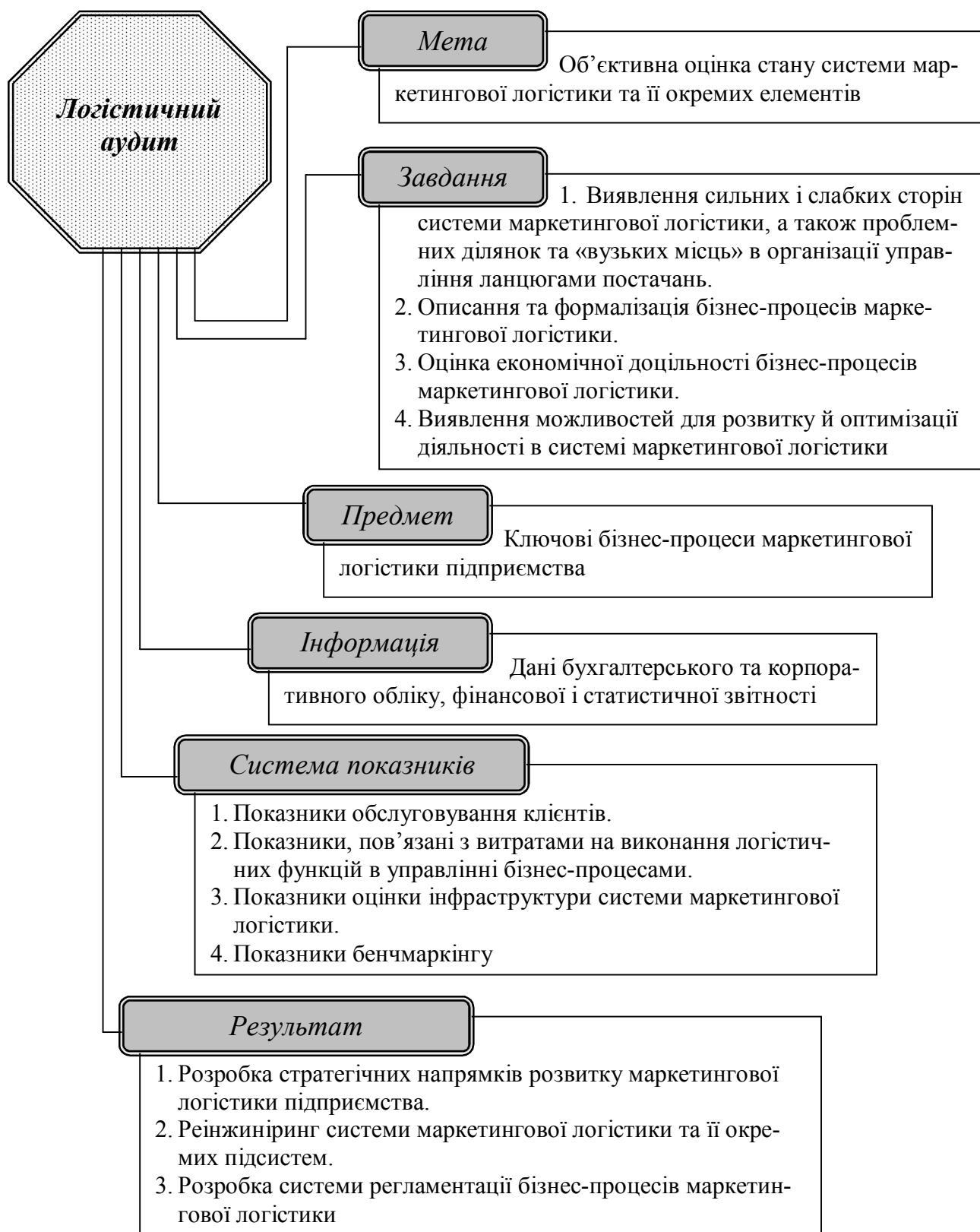


Рисунок 1 – Концептуальна модель логістичного аудиту бізнес-процесів маркетингової логістики

Слід зазначити, що зараз окремі напрямки логістичного аудиту успішно використовуються вітчизняними підприємствами. Так, в 2010 році консалтинговою компанією «Логістичний консалтингцентр» проведено логістичний аудит у торговельній мережі продовольчих дискаунтерів «АТБ-маркет», за результатами якого запропоновані заходи щодо оптимізації складових транспортної логістики, складської логістики й управління запасами. У 2011 році завершено проєкт логістичного аудиту в компанії Newton Logistics, який дозволив виявити резерви й розробити комплекс заходів щодо оптимізації транспортної й складської логістики, управління запасами, а також провести аналіз варіантів стратегії розвитку логістичної діяльності компанії. У 2011 році проведено аудит транспортної логістики в компанії «Комфі-Трейд», у результаті якого зроблено оцінку стану транспортної логістики підприємства й основних показників функціонування транспортної логістики, розроблено пропозиції з оптимізації й зниження витрат, а також план щодо їхньої реалізації [4].

Логістичний аудит є одним із головних елементів маркетингової логістики, оскільки дозволяє оцінити ефективність управління ланцюгами постачань на підприємстві; визначити «сильні» і «слабкі» сторони логістичної системи; виявити тенденції, що позитивно і негативно впливають на її формування й розвиток.

Значення логістичного аудиту:

- дозволяє провести оцінку ефективності функціонування системи маркетингової логістики підприємства;
- сприяє виявленню можливостей оптимізації логістичних бізнес-процесів маркетингової логістики;
- розкриває джерела надлишкових логістичних витрат у ключових і основних бізнес-процесах маркетингової логістики;
- дозволяє розробити план оптимізації логістичних бізнес-процесів;
- систематизує управління системою маркетингової логістики підприємства;
- дозволяє оцінити рівень конкурентоспроможності ланцюгів постачань підприємства з використанням методології бенчмаркінгу.

Таким чином, логістичний аудит спрямований на позиціонування маркетингової логістики в загальній структурі підприємства, порівняння логістичних цілей і стратегій з корпоративною стратегією підприємства. Крім того, логістичний аудит забезпечує залучення пильної уваги вищого менеджменту підприємства до логістичного підходу в управлінні ланцюжками постачань, оскільки тільки за допомогою контролю й управління матеріальними й інформаційними потоками можна ефективно керувати підприємством.

Професійна діагностика системи маркетингової логістики підприємства дозволяє повністю відчувати бізнес-процеси, що відбуваються в ланцюзі постачань. Її результатом буде прийняття зважених і фінансово обґрунтованих рішень, спрямованих на підвищення ефективності функціонування підприємства в цілому.

Розглянемо напрямки логістичного аудиту в розрізі ключових бізнес-процесів маркетингової логістики, поданих в таблиці 1.

Таблиця 1 – Рекомендована система логістичного аудиту ключових бізнес-процесів маркетингової логістики

Показ- ники Бізнес- процеси	Обслуговуван- ня клієнтів	Витрати на ви- конання логіс- тичних функцій	Оцінка інфра- структури сис- теми маркетин- гової логістики	Бенчмаркінг
Управління відносинами з поставачальниками	Аналіз продукції поставачальників на предмет відповідності запитам і вимогам клієнтів. Аналіз рекламаций щодо порушення договірних обов'язків	Аналіз витрат, пов'язаних з виченням і аналізом ринку поставачальників. Аналіз транзакційних витрат, пов'язаних із циклом закупівлі продукції в поставачальників	Моніторинг ефективності функціонування поставачальників. Аналіз надійності поставчань	Порівняльний аналіз наявних поставачальників із провідними поставачальниками в окремій галузі
Управління замовленнями	Аналіз вимог клієнтів за різними параметрами. Аналіз часу на виконання повного циклу замовлення	Аналіз витрат, пов'язаних з виконанням повного циклу замовлення. Аналіз витрат на збут у динаміці	Аналіз портфеля замовлень. Аналіз запасів товарів на складах підприємства	Порівняльний аналіз процедур виконання повного циклу замовлення з аналогічними процедурами провідних конкурентів
Управління відносинами із споживачами	Аналіз існуючих клієнтів, процедур роботи із клієнтами. Перевірка існуючих на підприємстві стандартів якості обслуговування. Аналіз рівня логістичного обслуговування. Оцінка ефективності системи якості логістичних послуг	Аналіз рівня логістичних витрат, пов'язаних із сервісним обслуговуванням	Аналіз ефективності діючої системи збуту: каналів розподілу, торговельних посередників підприємства. Аналіз обсягу реалізації в розрізі регіонів і клієнтів	Порівняльний аналіз системи обслуговування клієнтів з аналогічними системами провідних конкурентів

У процесі реалізації ключових бізнес-процесів під час аналізу показників оцінки інфраструктури системи маркетингової логістики важливе значення

приділяється також аудиту допоміжних бізнес-процесів, а саме, управлінню транспортом, організації складських процесів, управлінню запасами, інформаційній логістиці.

Аудит транспортної логістики передбачає: аналіз існуючої структури й ефективності використання транспортних засобів, які залучаються до перевезення вантажів; аналіз економічного обґрунтування вибору рухомого складу для перевезень; аналіз ефективності маршрутів; аналіз показників використання парку рухомого складу.

У процесі аудиту організації складських процесів проводиться аналіз ефективності виконання логістичного процесу на складі, аналіз ефективності використання складських площ, вантажно-розвантажувального обладнання, аналіз використання концепції вантажної одиниці.

Аудит запасів підприємства передбачає дослідження процедур розрахунків і обґрунтування розмірів та структури запасів на всіх етапах ланцюжка постачань, аналіз товарних запасів і товарооборотності у всіх ланках логістичного ланцюга, вивчення доцільності використовуваних систем управління запасами, розрахунок показників ефективності й продуктивності системи управління запасами.

Аудит інформаційної логістики охоплює аналіз комунікаційної системи підприємства й ефективності її роботи; аналіз логістичних інформаційних систем, які використовуються на підприємстві.

Висновки. Для забезпечення конкурентоспроможності й посилення своїх позицій на ринку вітчизняним підприємствам необхідно оптимізувати всі процеси створення вартості – від постачання сировини до сервісного обслуговування кінцевого споживача за допомогою логістичного аудиту. Логістичний аудит бізнес-процесів маркетингової логістики – це комплексна система регулярного дослідження стану й функціонування системи маркетингової логістики й окремих її компонентів, логістичних бізнес-процесів, операцій і процедур, ресурсів і витрат логістичної діяльності. Система показників оцінки ключових бізнес-процесів маркетингової логістики повинна охоплювати: показники обслуговування клієнтів, витрати на виконання логістичних функцій, показники оцінки інфраструктури системи маркетингової логістики, показники бенчмаркінгу.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є практична апробація запропонованої методики логістичного аудиту бізнес-процесів маркетингової логістики в діяльності вітчизняних підприємств.

Список літератури

1. Алесинская Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления / Т.В. Алесинская. – Таганрог: Изд-во ТРТУ. – 2005. – 121 с.
2. Логистика: учебник / В.В. Дыбская [и др.]; под ред. В.И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2008. – 944 с.
3. Ларина Р.Р. Логистический аудит в обеспечении эффективной деятельности промышленных предприятий / Р.Р. Ларина // Бизнес-информ. – 2007. – № 3-4. – С. 98-102.
4. Логистический консалтингцентр. Логистический аудит [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://logistic-consulting.com.ua/ru/consulting/logisticheskij-audit.html>>.

5. Окландер М.А. Логистика: підручник / М.А. Окландер. – К.: Центр учбової літ-ри, 2008. – 346 с.
6. Сток Дж.Р. Стратегическое управление логистикой / Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт; перевод с англ. – М.: ИНФРА-М, XXXII. – 2005. – 797 с.
7. Ташбаев Ы. Логистический аудит [Электронный ресурс] // Склад и Техника. – 2005. – № 12. – Режим доступа: <http://www.sitmag.ru/article/logistics/2005_12_A_2006_03_07-11_36_26/>.
8. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: [пер. с англ.] / Д. Уотерс. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.

УДК 005.4:339.138

Гуржій Н.М., канд. екон. наук, доц. (ДонНУЕТ, Донецьк)

ПРОЦЕС БЕНЧМАРКІНГУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ

У статті обумовлено необхідність бенчмаркінгу комплексу маркетингу підприємств, на основі систематизації різних підходів, запропоновано авторський підхід до формалізації концепції комплексу маркетингу, охарактеризовано етапи процесу бенчмаркінгового дослідження.

Ключові слова: комплекс маркетингу, бенчмаркінг, процес бенчмаркінгу комплексу маркетингу.

Динамічне конкурентне еволюціонування підприємств передбачає перш за все визначення потенціалу успіху не тільки виходячи із комплексу наявних ресурсів, але і в контексті постійного і цілісного процесу вдосконалення своїх маркетингових технологій і пошуку оптимальних орієнтирів для інноваційного розвитку. У цьому зв'язку надто актуальною є концепція бенчмаркінгу, що орієнтована на виявлення найкращих бізнес-прикладів і допомагає підприємствам відслідковувати тенденції розвитку ринку в інтересах отримання стійких конкурентних переваг.

Використання бенчмаркінгу, за думкою деяких вчених [5], має безліч напрямків:

- бенчмаркінг застосовується в розробці стратегій, операцій і управлінських функцій;
- бенчмаркінг розглядається як спосіб оцінки стратегій і цілей роботи в порівнянні з підприємствами-лідерами, щоб гарантувати довгострокове перебування на ринку;
- найбільш розповсюдженою формою є товарний бенчмаркінг;
- бенчмаркінг у логістиці дозволяє швидко і з малими витратами виявити проблеми ситуації в логістичних системах, у сферах близьких до покупця, щодо виконання замовлень і транспортуванню.

За сучасних умов бенчмаркінг активно використовується підприємствами в системі маркетингових досліджень і програм підвищення конкурентоспроможності. Вітчизняні науковці обґрунтовують необхідність використання бенчмар-