Мадзалевская Надежда Юрьевна. Логистика хозяйственных связей на рынке машиностроительной продукции : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.06 : СПб., 2000 143 c. РГБ ОД, 61:01-8/678-X

**Содержание к диссертации**

Введение

**Глава 1. Современное состояние рынка машиностроительной продукции и методологические аспекты логистизации хозяйственных связей 10**

1.1. Объективные и субъективные предпосылки логистизации хозяйственных связей в машиностроительном комплексе 10

1.2. Особенности организации и управления потоковыми процессами машиностроительных предприятий 23

1.3. Теоретические основы логистизации хозяйственных связей и построения логистических альянсов 34

**Глава 2. Анализ организации логистических цепей на рынке машиностроительной продукции (на примере машиностроительного предприятия ОАО «Автогидроподъемник») 50**

2.1. Характеристика рыночных преобразований в сфере машиностроения 50

2.2. Анализ организации материально-технического обеспечения машиностроительного производства: особенности построения снабженческих логистических цепей 66

2.3. Анализ динамики, товарной и региональной структуры продаж машиностроительной продукции: особенности построения сбытовых логистических цепей 79

**Глава 3. Методические и практические основы образования ло гистических альянсов в машиностроительном комплексе 93**

3.1. Предложения по созданию и функционированию регионального межотраслевого закупочного логистического альянса 93

3.2. Логистический подход к формированию системы сервисного обслуживания по требителей машиностроительной продукции 108

Заключение 124

Библиография 130

* [Особенности организации и управления потоковыми процессами машиностроительных предприятий](http://www.dslib.net/logistika/logistika-hozjajstvennyh-svjazej-na-rynke-mashinostroitelnoj-produkcii.html#796811)
* [Теоретические основы логистизации хозяйственных связей и построения логистических альянсов](http://www.dslib.net/logistika/logistika-hozjajstvennyh-svjazej-na-rynke-mashinostroitelnoj-produkcii.html#796812)
* [Анализ организации материально-технического обеспечения машиностроительного производства: особенности построения снабженческих логистических цепей](http://www.dslib.net/logistika/logistika-hozjajstvennyh-svjazej-na-rynke-mashinostroitelnoj-produkcii.html#796813)
* [Логистический подход к формированию системы сервисного обслуживания по требителей машиностроительной продукции](http://www.dslib.net/logistika/logistika-hozjajstvennyh-svjazej-na-rynke-mashinostroitelnoj-produkcii.html#796814)

**Введение к работе**

Актуальность исследования. В условиях развития в Российской Федерации рыночных отношений коренным образом изменились организационно-экономический механизм и правовые формы взаимодействия хозяйствующих субъектов, являющихся поставщиками и потребителями товарно-материальных или нематериальных ценностей. В значительной степени эти изменения затронули предприятия машиностроительного комплекса, а также посреднические организации, функционирующие на рынке машиностроительной продукции.

Машиностроительный комплекс России имеет достаточно сложную структуру, включающую в себя целый ряд отдельных отраслей и производств. К их числу, прежде всего, относятся железнодорожное машиностроение, электротехническая промышленность, станкостроительная и инструментальная промышленность, приборостроение, промышленность средств связи, автомобильная промышленность, подшипниковая промышленность, тракторное и сельскохозяйственное машиностроение, машиностроение для городского коммунального хозяйства. При этом следует учитывать, что эффективность любых экономических преобразований в народном хозяйстве нашей страны во многом зависят от уровня интенсификации машиностроительного производства и развития его отдельных направлений.

Негативные последствия рыночных реформ в машиностроительном комплексе России проявились, прежде всего, в резком снижении объемов отечественного машиностроительного производства, что, в свою очередь, было обусловлено общим кризисным состоянием российской экономики и наличием целого ряда специфических особенностей в организации и управлении потоковыми процессами в сфере производства и коммерческого оборота машиностроительной продукции. На наш взгляд, влияние этих особенностей до сих пор недостаточно учитывается при разработке и реализации основных направлений стратегического развития отечественных машиностроительных предприятий и формировании их хозяйственных связей.

В связи с этим, возникает потребность поиска и применения наиболее эффективных методов управления машиностроительным производством и сбытом машиностроительной продукции, к числу которых в современных условиях относятся логистические методы регулирования потоковых процессов. Сущность и преимущества указанных методов управления лучше всего проявляются при формировании логистических систем, логистических цепей и других логистических структур, создаваемых с целью оптимизации экономических потоков.

Отсутствие комплексного исследования теоретических вопросов и практического опыта использования логистического подхода к формированию хозяйственных связей и регулированию потоковых процессов на рынке машиностроительной продукции подтверждают актуальность выбранной темы диссертационной работы.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является определение наиболее эффективных форм и методов организации и регулирования потоковых процессов на рынке машиностроительной продукции на основе изучения теоретических основ и методических особенностей формирования и логистизации хозяйственных связей машиностроительных предприятий.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие основные задачи:

- установить объективные и субъективные предпосылки использования логистического подхода в машиностроительном комплексе;

- определить и исследовать особенности организации и управления потоковыми процессами машиностроительных предприятий;

- рассмотреть теоретические основы логистизации хозяйственных связей и построения логистических альянсов на рынке машиностроительной продукции;

- провести анализ рыночных преобразований в сфере машиностроения на примере машиностроительного предприятия ОАО «Автогидроподъемник»;

- изучить особенности организации материально-технического обеспечения машиностроительного производства и определить возможности построения снабженческих логистических цепей;

- проанализировать динамику, товарную и региональную структуру продаж машиностроительной продукции и рассмотреть специфику формирования сбытовых логистических цепей в машиностроительном производстве;

- разработать методические основы и практические рекомендации по образованию логистических альянсов в машиностроительном комплексе, и подготовить предложения по созданию предметно-ориентированного закупочного логистического альянса;

- определить возможность и механизм использования логистического подхода к формированию системы сервисного обслуживания потребителей машиностроительной продукции.

Совокупность поставленных задач не охватывает всего комплекса вопросов по логи-стизации хозяйственных связей машиностроительных предприятий и управлению их потоковыми процессами, но позволяет, по нашему мнению, сосредоточить внимание на наименее изученных проблемах.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования выступают отечественные предприятия машиностроительного комплекса и их основные контрагенты по хозяйственным связям, формируемым в процессе материально-технического обеспечения машиностроительного производства, и сбыта машиностроительной продукции. Предметом исследования являются экономические отношения, возникающие при организации и регулировании потоковых процессов машиностроительных предприятий, а также логистизации их хозяйственных связей. Отдельные задачи диссертационной работы решены на отраслевом и региональном уровнях управления машиностроительным производством. При этом отраслевые проблемы организации и регулирования потоковых процессов рассмотрены на примере деятельности машиностроительного предприятия ОАО «Автогидроподъемник», специализи

рующегося на производстве средств механизации для городского и коммунального хозяйства. Региональные проблемы логистизации хозяйственных связей исследованы при изучении специфики закупок металлопроката и металлопродукции машиностроительными предприятиями Северо-Западного региона.

Теоретической и методологической основой работы послужили результаты фундаментальных и прикладных исследований в области логистики и регулирования потоковых процессов, организации машиностроительного производства и товарного обращения машиностроительной продукции, макроэкономики и экономико-математического моделирования как российских, так и зарубежных ученых и специалистов. Широкое использование в диссертации получили законодательные и другие нормативно-правовые акты Российской Федерации, отечественный и зарубежный опыт функционирования машиностроительных предприятий и логистических распределительных центров, результаты международных и региональных научно-практических конференций, отчеты о научно-исследовательских работах Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, других высших учебных заведений и научно-исследовательских институтов России. Для решения прикладных задач использовались данные официальной и отраслевой статистики.

Исследование строилось с применением принципов системного подхода, приемов экономического анализа и прогнозных оценок, логистического моделирования производственных и коммерческих процессов машиностроительных предприятий.

Научная новизна исследования и выносимые на защиту результаты заключаются в следующем:

- уточнены теоретические и методические основы логистизации хозяйственных связей на основе анализа внешних и внутренних трансакций машиностроительных предприятий;

- раскрыто содержание потокового процесса как организованного движения материальных и нематериальных ценностей на рынке машиностроительной продукции;

- выявлена специфика построения снабженческих и сбытовых логистических цепей как основы формирования логистических альянсов и других интеграционных структур;

подготовлены рекомендации по созданию межотраслевого предметно-ориентированного закупочного логистического альянса, специализирующегося на поставках металлопродукции;

- обоснованы необходимость и принципы формирования системы обслуживания потребителей машиностроительной продукции путем создания сервисных логистических центров.

По совокупности научных результатов работа носит общеметодологический и одновременно прикладной характер. Ее прикладная сторона выражается в использовании материалов федеральной и отраслевой статистики при проведении анализа современного состояния машиностроительного комплекса Российской Федерации и исследовании региональных особенностей его развития.

Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что применение предложенного в диссертации логистического подхода к организации послепродажного обслуживания потребителей машиностроительной продукции путем формирования сервисных логистических альянсов будет способствовать повышению эффективности функционирования машиностроительных предприятий и приведет к усилению их конкурентного преимущества. Кроме того, практическая реализация авторских рекомендаций по созданию межотраслевого закупочного логистического альянса позволит оптимизировать управление региональными потоками металлопродукции и быстро ликвидировать возникающую в отдельных случаях нехватку каких-либо видов металлопроката.

Апробация результатов работы. Основные положения и результаты исследования прошли апробацию на Международной научно-практической конференции «Проблемы развития экономики Дальнего Востока на современном этапе», состоявшейся в г. Хабаровске в ноябре 1999 года, на Научных сессиях профессорско-преподавательского состава, научных

сотрудников и аспирантов Санкт-Петербургского государственного университета экономики

и финансов. Наиболее важные теоретические аспекты диссертационного исследования используются при обучении студентов факультета Коммерции по специальности 061400 -«Коммерция» в СПбГУЭФ.

Публикации. По теме исследования опубликовано пять научных работ обшим объемом 1,8 п.л., в том числе авторских листов - 1,3 п.л.

## Особенности организации и управления потоковыми процессами машиностроительных предприятий

Потребность применения логистического подхода в машиностроительном производстве обусловливает необходимость определения и подробного изучения существующих в отечественном машиностроении особенностей организации и управления потоковыми процессами. И хотя понятие «потоковые процессы» получило достаточно широкое распространение в теории логистики, его сущность в большинстве работ отечественных специалистов, как правило, отдельно не поясняется. Исследование содержательной основы данного понятия, по нашему мнению, необходимо начать с определения сущности категории «поток».

Согласно «Экономико-математическому словарю» Л. И. Лопатникова «поток» представляет собой «экономическую величину, которая измеряется в движении, с учетом того периода времени, для которого делается расчет» /62, с. 311/.

В «Словаре по экономике» К. Пасса, Б. Лоуза, Л. Девиса «поток» (flow) определяется как «величина, значения которой соответствуют определенным периодам времени. ... Поток измеряет количество чего-либо в минуту, час, день и т.д.» /111,с.409/.

Таким образом, принимая во внимание вышеуказанные дефиниции, под потоком, с точки зрения объекта изучения в логистике, следует рассматривать множество взаимосвязанных элементов, составляющих структурированную систему и изменяющихся в течение определенного промежутка времени. В предпринимательской деятельности существуют следующие основные виды потоков: сырья, материалов, финансовых средств, товаров, информации и прочих ресурсов, при этом большинством специалистов /82,84,91,117,161/, прежде всего, выделяются материальные, информационные и финансовые потоки.

Под потоковыми процессами в логистике понимается целенаправленное движение товарно-материальных и/или нематериальных ценностей (информационных, трудовых, финансовых, энергетических потоков) от их поставщика к потребителю. Исследуя особенности потоковых процессов в машиностроительном производстве, которые в своем большинстве представлены перемещением товарно-материальных ценностей - сырья, материалов, комплектующих изделий, узлов и агрегатов и др., необходимо отметить их определенную цикличность в рамках конкретного машиностроительного предприятия, обусловленную используемой технологией изготовления конечной продукции.

Таким образом, преобладающим видом потоков в машиностроении является материальный поток, сущность которого рассмотрим более подробно. Из всего многообразия существующих в отечественной и зарубежной экономической литературе трактовок понятия «материальный поток», мы придерживаемся точки зрения А. И. Семененко, который в своей работе «Предпринимательская логистика» определяет материальный поток как «соединения и связи всех процессов и операций при добыче, обработке и переработке, складировании, транспортировке и распределении грузов в сфере материального производства, на промышленных предприятиях, цехах, производственных участках и т. д.» /117с. 94/.

По отношению к конкретной логистической системе управления потоковыми процессами, в качестве которой может рассматриваться и машиностроительное предприятие, материальные потоки могут быть классифицированы следующим образом: внешние потоки, протекающие за границами конкретной логистической системы, т.е. во внешней среде; внутренние потоки, существующие внутри логистической системы и трансформирующиеся в процессе управления ими.

Внешние материальные потоки, в свою очередь, состоят из входных потоков, поступающих из внешней среды и видоизменяющихся за счет выполнения с ними определенных логистических операций, и выходных потоков, поступающих в видоизмененном виде во внешнюю среду.

Необходимо так же отметить, что движение материальных потоков от источника к цели (от поставщика к потребителю), как правило, не является синхронным перемещению нематериальных, главным образом, финансовых потоков, т.е. отдельные потоки могут опережать или запаздывать по отношению друг к другу.

Переходя к более подробному изучению типологии потоковых процессов, следует отметить, что мы согласны с мнением доктора экономических наук, профессора Е. А. Голикова, который в своей работе «Маркетинг и логистика» классифицирует потоковые процессы по пяти основным признакам: - субстанциональный признак - характеризует бытие предмета, вовлекаемого в потоковый процесс; - технологический признак - характеризует физическое движение материальных и нематериальных потоковых процессов по стадиям технологических процессов от «источника к цели»; - экономический признак - характеризует смену форм стоимости каждой из материальных и нематериальных единиц, составляющих «множества» в потоковых процессах, протекающих от «источника» (рынка закупок, где за деньги как всеобщий эквивалент всех товаров фирма покупает ресурсы, нужные ей для производства) к «цели» (рынку сбыта готовой продукции, произведенной из этих ресурсов); - организационный признак - характеризует субъекта - исполнителя функций управления потоковыми процессами; - воспроизводственный признак - характеризует протекание потоковых процессов по фазам воспроизводственного цикла /22,с. 200/.

Как видно из выше приведенной классификации, именно при систематизации потоковых процессов по субстанциональному признаку определяются «множества» материальных и нематериальных единиц, составляющих потоки. В тоже время, при использовании технологического признака типологии потоковых процессов, возможна дифференциация общего материального потока, входящего с рынка во внутреннюю среду машиностроительного предприятия, на отдельные его составляющие, движением которых управляют различные службы предприятия, а именно: - потоковые процессы, управляемые подразделением материально-технического снабжения, обеспечивающим предприятие ресурсами необходимыми для осуществления производственной деятельности;

## Теоретические основы логистизации хозяйственных связей и построения логистических альянсов

Исследование основных направлений и форм логистизации хозяйственных связей необходимо, по нашему мнению, начать с определения их сущности и места в экономической теории управления потоковыми процессами. Хотя эти вопросы являются в настоящее время достаточно глубоко разработанными, различными учеными и специалистами приводятся в значительной степени отличающиеся друг от друга дефиниции содержательной основы хозяйственных связей/3,43, 48, 91, 103, 115, 160, 161/.

Из всего многообразия существующих точек зрения мы поддерживаем мнение авторов учебника «Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм)», которые считают, что «хозяйственные связи как способ взаимодействия субъектов рынка выражают экономические отношения по поводу обмена созданными ценностями в процессе создания новых ценностей и развиваются в условиях определенной правовой среды» /48, с. 315/. При этом в качестве обмениваемых и/или создаваемых ценностей могут выступать как товарно-материальные ценности, включающие в себя все виды материальных товаров, так и товарно-нематериальные ценности, к числу которых, как правило, относят услуги, нематериальные активы и капитал /152/. В сфере машиностроения основными объектами хозяйственных связей являются, чаще всего, товарно-материальные ценности, реже - услуги, еще реже - нематериальные активы.

Правовую среду развития хозяйственных связей в нашей стране формируют соответствующие органы законодательной и исполнительной власти, разрабатывая и принимая необходимые для регулирования предпринимательской деятельности кодексы, законы, постановления и другие нормативно-правовые акты. Согласно основному законодательному акту в области хозяйственных отношений - Гражданскому кодексу Российской Федерации /27, 28/, при юридическом оформлении обмена ценностями может предусматриваться возможность передачи субъекту рынка как всех правомочий собственника в их полном объеме (владения, пользования, распоряжения), так и каких-либо отдельных его правомочий или их сочетаний. Учитывая, что сделки (договора) являются правовой формой реализации хозяйственных связей, можно установить, что передача всех правомочий собственника на товарные ценности в их полном объеме осуществляется при установлении хозяйственных связей следующих правовых форм: купли-продажи, мены, дарения или иных договоров об их отчуждении. Передача отдельных правомочий собственника на товарные ценности (именуемая также «частичной» передачей права собственности на товар) может осуществляться при реализации хозяйственных связей по договорам аренды, комиссии, коммерческой концессии, агентскому договору и некоторым другим видам договоров.

Правильный выбор правовой формы установления хозяйственной связи является, по нашему мнению, необходимым условием для оптимизации взаимоотношений субъектов рынка, складывающихся в процессе обмена материальными и/или нематериальными ценностями. При этом, как известно, основным критерием оптимальности хозяйственных связей в рыночной экономике является взаимная выгода субъектов рыночного взаимодействия, именуемая оптимумом по Парето /3, 91, 144/. На наш взгляд, на современном этапе экономического развития достижение оптимума по Парето не возможно без использования в предпринимательской деятельности инструментария логистики и без применения логистического подхода в процессе установления хозяйственных связей.

В теории управления экономическими потоками «спонтанный и/или целенаправленный процесс распространения (внедрения) логистического подхода (на основе построения логистических систем и цепей) к оптимизации развития предпринимательства и коммерции в национальной и мировой экономиках» называется «логистизацией» /118, с. 9/. Учитывая это, можно прийти к выводу, что целью последовательного применения логистического подхода на различных этапах формирования хозяйственных связей является логистизация процесса обмена материальными и/или нематериальными ценностями.

При этом логистизация хозяйственных связей, как следует из выше приведенного определения, предусматривает создание логистических систем, логистических цепей и других логистических образований. Более подробно остановимся на характеристике сущности и видового состава логистических цепей, поскольку именно в логистические цепи, по общепринятому мнению /116, 144, 160, 162/, должны преобразовываться хозяйственные связи в процессе их последовательной логистизации.

Отечественные ученые и специалисты в области управления потоковыми процессами придерживаются нескольких подходов к определению сущности логистических цепей. Чаще всего, под логистической цепью рассматривается линейно упорядоченное множество физических и/или юридических лиц (производителей, дистрибьюторов, складов общего пользо вания и т.д.), осуществляющих логистические операции по доведению внешнего материального потока от одной логистической системы до другой (в случае производственного потребления материальных ресурсов) или до конечного потребителя (непроизводственное, личное потребление) /106, с. 93; 81, с. 50/.

Более узкого подхода придерживаются последователи западной школы логистики /89, 120, 67/, которые логистической цепью называют «множество звеньев логистической системы, линейно упорядоченное по материальному (информационному, финансовому) потоку с целью анализа или проектирования определенного набора логистических функций и (или) издержек» /99, с. 23-24/. При этом правомочность такого подхода, по их мнению, подтверждается тем, что на Западе логистические цепи создаются в результате выделения или группировки определенных логистических операций (функций) и соответствующих им затрат с целью повышения эффективности менеджмента. Типичным примером реализации западного подхода может служить схема логистической цепи, изображенная на рис. 1.1, в которой выделяются следующие логистические звенья: «закупка и поставка материалов, сырья и полуфабрикатов; хранение продукции и сырья; производство товаров; распределение, включая отправку товаров со склада готовой продукции; потребление готовой продукции» /60, с. 15/.

## Анализ организации материально-технического обеспечения машиностроительного производства: особенности построения снабженческих логистических цепей

В предыдущем параграфе мы уже отмечали, что основным видом деятельности ОАО «Автогидроподъемник» является производство гидравлических подъемников для нужд городского хозяйства. Обладая комплексом универсального оборудования, предприятие отработало технологию изготовления различных модификаций автогидроподъемников, что, в свою очередь, обусловило необходимость установления и выбора им наиболее надежных каналов закупок основных и вспомогательных материалов для нужд производства.

Поскольку качественные и количественные характеристики спроса на материально-технические ресурсы со стороны ОАО «Автогидроподъемник» зависят, прежде всего, от объемных и ассортиментных показателей сбыта его готовой продукции, изготовляемой с применением данных ресурсов. С целью повышения эффективности процесса материально-технического обеспечения ОАО «Автогидроподъемник» была адаптирована ресурсно-рыночная стратегия деятельности производственного предприятия, определяющая его взаимоотношения с рынком ресурсов и предусматривающая следующую последовательность действий: - выбор между собственным производством узловых и комплектующих деталей для производства продукции или их закупкой у поставщиков; - расчет потребности закупаемых материалов; - выбор поставщиков; - определение метода (способа) поставок. Выбор поставщиков осуществляется согласно результатам рыночного анализа, при этом главное внимание уделяется таким параметрам как: - цена и качество закупаемых материально-технических ресурсов; - возможность заключения бартерных сделок; - условия доставки и сервиса (минимальная партия, сроки и способы доставки). Проведенный нами анализ технологии машиностроительного производства показывает, что в изготовлении автогидроподъемников задействованы три основных группы материально-технических ресурсов: - металлопрокат (листовая сталь, трубы, конструкции из цветных металлов); - комплектующие изделия (гидрораспределители, магнитные сепараторы, фильтры высокого давления), - вспомогательные материалы (ГСМ, краски, грунт, материалы для ремонта оборудования). С целью их приобретения ОАО «Автогидроподъемник» установлены хозяйственные связи более чем с восьми десятью контрагентами, являющимися либо непосредственными производителями той или иной продукции, либо дилерскими организациями, что характеризует стратегию полисигментного рынка. Большинство сложившихся хо зяйственных связей ОАО «Автогидроподъемник» с контрагентами-поставщиками по своей сущности являются адаптивными связями, т.к. на протяжении длительного пе риода времени между партнерами образовались обоюдно выгодные социальные, эконо мические, технические и сервисные отношения. Подобное стратегическое партнерство дает ОАО «Автогидроподъемник» ряд преимуществ и позволяет говорить о возможности формирования логистических цепей в сфере его материально-технического обеспечения.

К числу отмеченных преимуществ относятся: - снижение издержек по закупкам сырья и материалов (большая защищенность от колебаний цен на закупаемую продукцию в сравнении с независимыми агентами); - возможность получения скидок; - большая надежность поставок; - преимущества в распределении сырья и комплектующих со стороны поставщиков; - лучшая координация различных этапов производственного процесса, ликвидация вынужденных простоев; - повышение барьеров против проникновения конкурентов в конкретный бизнес. Как уже отмечалось, важнейшим видом сырья для производства автогидроподъемников является металлопрокат, удельный вес стоимости которого в общей себестоимости конечной продукции машиностроительного предприятия составляет примерно 80%. Данные, характеризующие состав и объемы потребления основных видов металлопроката в процессе производства пользующихся наибольшим спросом автогидроподъемников - АГП-18.04 и АГП-22.04, приведены в таблице 2.8. Из таблицы 2.8 видно, что в наибольшем объеме при производстве автогидроподъемников расходуется следующие виды металлопроката: сталь толстолистовая низ-колегированная, трубы горячекатанные, сталь бандажная, сталь толстолистовая обыкновенная. Анализ существующего механизма закупок металлопроката для удовлетворения производственных потребностей ОАО «Автогидроподъемник» показывает, что имеются существенные особенности в осуществлении закупок определенных видов металла и формировании соответствующих хозяйственных связей. Прежде всего, они обусловлены спецификой ситуации, сложившейся в настоящее время в нашей стране на рынке производства и реализации металлопродукции.

Как известно, основная концепция развития рудно-сырьевой базы страны была сформирована в период существования плановой модели отечественной экономики. В условиях централизованного финансирования экономическая эффективность разработки и эксплуатации месторождений связывалась с максимальным наращиванием объемов производства металла и возможностью обеспечения загрузки имеющихся производственных мощностей на уровне 90 - 98%. Подобный режим работы наносил отрасли огромный вред, с точки зрения качественных характеристик выпускаемой продукции и удовлетворения сортаментного спроса. Поскольку, ориентируясь исключительно на увеличение валового выпуска, предприятия металлургической отрасли не имели возможности производить то, что необходимо потребителю, несмотря на функционирование порядка 200 специализированных предприятий, занимавшихся поставками металлопродукции и имевших в распоряжении неснижаемые запасы металлопроката. При этом в стране существовал острая нехватка металла, в частности на арматурную сталь диаметром 10 - 12 мм и стальной лист диаметром 2 мм. Для покрытия дефицита только для покрытия нужд машиностроительного комплекса импортировалось порядка 4-5 млн. тонн холоднокатанной стали.

## Логистический подход к формированию системы сервисного обслуживания по требителей машиностроительной продукции

Выход российского машиностроительного комплекса из кризисного состояния и ста билизация его работы возможны лишь в условиях применения логистического подхода к ре шению основных стратегических проблем, стоящих перед машиностроительными предпри ятиями. Причем их решение необходимо осуществлять как на микрологистическом уровне уровне управления деятельностью отдельного предприятия, так и на макрологистическом уровне - федеральном уровне управления стратегией развития всего машиностроительного комплекса. Учитывая, что в теории логистики логистический подход характеризуется как процесс "организационно-аналитической оптимизации самых сложных целенаправленных, в том числе слабоструктурированных, систем" /117, с. 6/, рассмотрим основные направления его использования для оптимизации деятельности различных системных образований, фор мируемых в машиностроительном комплексе. Как уже отмечалось в предыдущем параграфе, одним из важнейших направлений реализации логистического подхода в машиностроительном комплексе является создание логистических альянсов различной целевой направленности при непосредственном участии в этом процессе машиностроительных предприятий. При этом потенциальными членами логистических альянсов могут быть не только промышленные предприятия, выпускающие однородную продукцию либо потребляющие однородные материальные ресурсы (возможность и механизм ассоциативного участия указанных предприятий в логистическом альянсе рассматривались нами в параграфе 3.1), но и официальные дилеры машиностроительных предприятий, а также непосредственные потребители производимой ими продукции.

В качестве характерного примера формирования логистического альянса с подобным составом участников можно рассматривать предлагаемую нами систему сервисного обслуживания потребителей машиностроительной продукции. Основная идея создания сервисных логистических альянсов заключается в построении системы послепродажного технического обслуживания потребителей машиностроительной продукции, основными элементами которой будут являться субъекты логистической це почки, а именно сами машиностроительные предприятия, их региональные дилеры, зани мающиеся продажей отдельных видов продукции машиностроения, наиболее крупные ее покупатели (потребители) и специализированные сервисные организации. При этом послепродажное обслуживание может осуществляться и через сервисные центры, непосредственно созданные машиностроительными предприятиями и функционирующие как дочерние организации на их производственной территории. В этом случае так же возможно использование логистического подхода для "организационно-аналитической оптимизации" системы сервисного обслуживания. Однако сервисные логистические альянсы, являющиеся по нашему мнению наиболее перспективной формой организации послепродажного обслуживания покупателей машиностроительной продукции, могут быть сформированы только при участии либо всех, либо хотя бы двух субъектов логистической цепочки.

Согласно исследованиям западных маркетологов /69/, услуги по послепродажному техническому обслуживанию рассматриваются в качестве одного из важнейших критериев выбора продавца английскими и американскими фирмами при закупках ими продукции машиностроения. При этом если речь идет о продукции, требующей осуществления специальной процедуры пользования, то привлекательность продавца определяется: 1) предлагаемым техническим обслуживанием; 2) простотой пользования; 3) подготовкой производителем персонала для пользования своей продукцией. В случае приобретения высокотехнологической машиностроительной продукции вы-бор продавца, по данным маркетингового исследования, обусловлен: 1) предлагаемым техническим обслуживанием; 2) гибкостью производителя; надежностью самой продукции /69, с. 78-79/. Таким образом, оказание услуг по послепродажному техническому обслуживанию является для западных фирм первым по значению фактором при выборе поставщика машиностроительной продукции. По нашему мнению, в условиях стабилизации в России рыночных отношений и усиления конкурентной борьбы на рынках сбыта технически сложной продукции с подобными предпочтениями потенциальных потребителей в самом скором времени столкнутся и российские машиностроительные предприятия. Поэтому необходимо более подробное изучение сущности сервиса как экономической категории, состава и структуры сервисных услуг, а также определение специфических особенностей реализации логистического подхода при организации сервисного обслуживания покупателей машиностроительной продукции. В экономической литературе общепринятыми считаются точки зрения, что сервис является неотъемлемым элементом товарной политики /14, 58/ и относится к функциям сбыта /14,48,65,/. Его содержательную основу характеризует деятельность продавца по оказанию покупателям комплекса услуг, связанных с приобретением и эксплуатацией купленного у него товара. При чем в качестве продавца товара могут выступать как предприятия - производители, так и специализированные торговые посредники. Следовательно, и сервисное обслуживание покупателей может осуществляться как в результате их совместной деятельности (что, по нашему мнению, и создает базу для формирования сервисных логистических альянсов), так и каждым из них в отдельности. Значение сервиса как относительно самостоятельного вида деятельности производственных предприятий достаточно полно раскрывается в коллективной работе ученых Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов "Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм)" /48/. По мнению ее авторов, оно заключается в следующем: - сервис как деятельность по оказанию услуг, сопутствующих приобретению товара покупателем, и услуг, связанных с использованием им этого товара, создает дополнительную ценность в виде так называемого интегрированного товара, или товара с подкреплением; - сервис является источником дополнительных доходов и прибыли производственного предприятия; - сервис как деятельность, направленная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и в известной мере влияющая на экономические результаты предприятия, соответственно, определяет и реализует корпоративную миссию производственного предприятия; - сервис как составляющая цепочки создания ценности является одним из основных источников конкурентного преимущества предприятия как прямого, так и косвенного эффектов /48, с. 252/.