



4 бөлім – Интернет коммерция – Жеткізу жүйелерінің менеджменті

Operations Management
by
R. Dan Reid & Nada R. Sanders
4th Edition © Wiley 2010



Сабақта не өтіледі?

- Жеткізу жүйелерінің құрылысын сипаттау
- Жүйедегі мәселелер – қамшы әсері
- Жеткізу жүйесіне әсер етер трендтер
- Интернет коммерция
- Жаһандық мәселелер



Жалғасы

- «Жасыл» жеткізу жүйелерінің менеджменті
- Сатып алу бөлімінің функциясы
- Жеткізушілермен болатын мәселелер
- Жеткізушілермен стратегиялық серіктестік құру



Жалғасы

- Жеткізу менеджментіндегі этика
- Дистрибьюция
- Жеткізу жүйелерінің тиімділігін бағалау



Жеткізу жүйесі және ЖЖМ

Жеткізу жүйесі - дайын өнімді/қызметті тұтынушыға жеткізуде атқарылатын барлық әрекеттердің жиыны.

- Шикізаттарды табу, алып келу, қоймада сақтау, тапсырысты қабылдау, дистрибьюция, жеткізу.

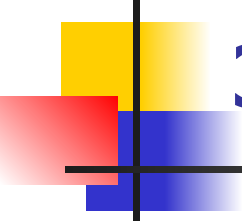
Жеткізу жүйесінің менеджменті (ЖЖМ) - желідегі барлық нүктелерді байланыстыратын өте маңызды функциялық бөлім.

- Өндірушілерден дистрибьюторларға дейінгі тауардың қозғалысын үйлестіру, басқару.
- Жүйедегі элементтер арасында болжамдар, сатылым, жеңілдіктер және т.б. туралы мәліметтерді тарату

Өндіруші үшін ЖЖМ элементтері

- **Сыртқы жеткізушілер** – шикізаттың көзі
 - 1-деңгейлі жеткізуші
 - 2-деңгейлі жеткізуші
 - 3-деңгейлі жеткізуші
- **Ішкі функциялар** – өңдеу
 - Тапсырысты өңдеу, сатып алу, жоспарлау, сапасын бақылау, жеткізу

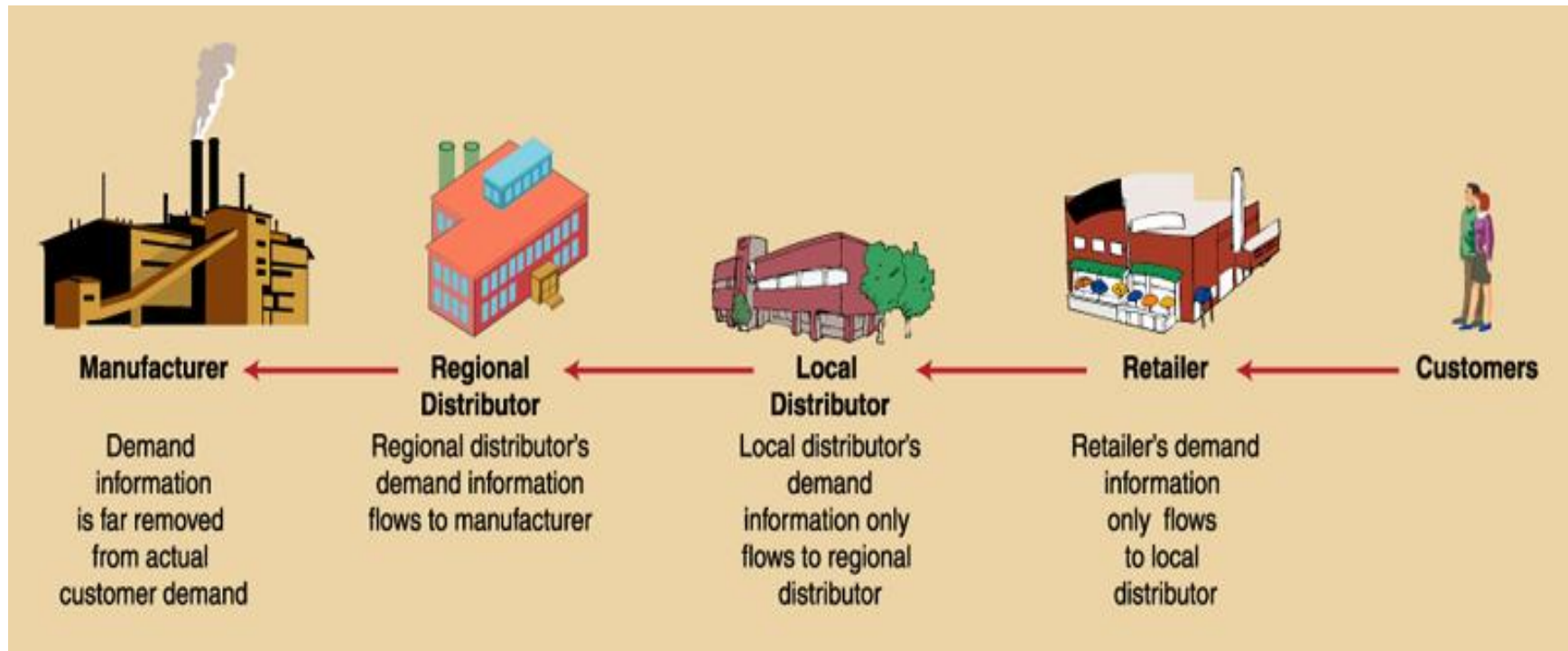
Жеткізу жүйесінің элементтері



Сыртқы Дистрибьюторлар дайын өнімді керекті жерлерге жеткізеді. Логистика менеджерлері тауардың бір жерден екінші жерге тасымалдануын қамтамасыз етеді.

- Жеткізу менеджменті – сатып алынатын және сатылатын тауарлар мен материалдардың қандай тәсілмен тасымалданатын шешу.
- Дистрибуция менеджменті – материалдардың өндірушіден тұтынушыға тасымалдануы

Дәстүрлі жеткізу жүйесінің құрылымы





Жүйедегі мәселелер

Қамшы әсері – анық емес, өзгертілген ақпараттың жеткізу жүйесінің бойында таралуы.

Мәселелер мына себептерден туындайды:

- Сұраныстың дұрыс болжанбауы
- Тапсырыстың дұрыс берілмеуі
- Баға өзгерісі
- Әділетсіз ойындар



Қамшы әсері

Мәселені шешу жолдары

- Жеткізу жүйесінің әр бөлімі арасында сұраныс туралы ақпаратты уақытында жеткізіп отыру
- Сұранысты дәлірек бағалау жүйесінің сапасын арттыру
- Тапсырыстың дұрыс берілуін қадағалау
- Бағаны тұрақтандыру
- Әділетсіз ойындарға жол бермеу



ЖЖМ әсер еткен трендтер

- Ақпараттық технология – интернет, ішкі порталдар, сайттар, код сканерлеуші құралдар, сұранысты жобалаушы бағдарламалар
- Онлайн коммерция - интернет арқылы бизнес жүргізу



Онлайн Коммерция

- Бизнес-бизнес (B2B) E-commerce – бизнес бизнеске тауарын не қызметін сатады.
- Бизнес -тұтынушы Business-to-Consumer (B2C) E-Commerce – онлайн бизнес иелері бірден соңғы тұтынушыға тауарын/қызметін сатады.



Онлайн Коммерция

B2B онлайн бизнесінің артықшылықтары

- Әкімшілік шығындар азаяды
- Әлемдік жеткізушілердің қолжетімдігі
- Қойма шығындарының төмендігі
- Тауар сапасының жоғарылығы (себебі сатып алушы мен сатушы интернет арқылы тығыз қарым қатынаста болады)



Онлайн Коммерция

Business-to-Consumer (B2C) E-Commerce бизнесінің түрлері:

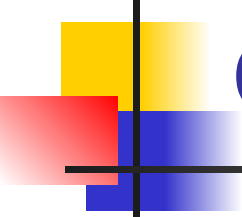
- Жарнама Табыс Моделі
- Жазылым Табыс Моделі
- Транзакциялық Табыс Моделі
- Сатылым Табыс Моделі
- Аффилеттік Табыс Моделі



Жаһандық мәселелер

- **ЖЖМ** келесі жаһандық трендтер мен мәселелерді назарға алуы керек:
- **Тұтынушылардың күтілімі мен бәсеке** – күш тұтынушы жаққа қарай ығысқан.
- **Жаһандану** – жаңа нарықтарды бағындыру
Мемлекет және Онлайн Коммерция – Интернетті реттеудегі мемлекеттің орны
- **Жасыл ЖЖМ** – қайта өңдеу, экологиялық тиімділік, қалдықтарды азайту.

Жаһандық ЖЖМ факторлары



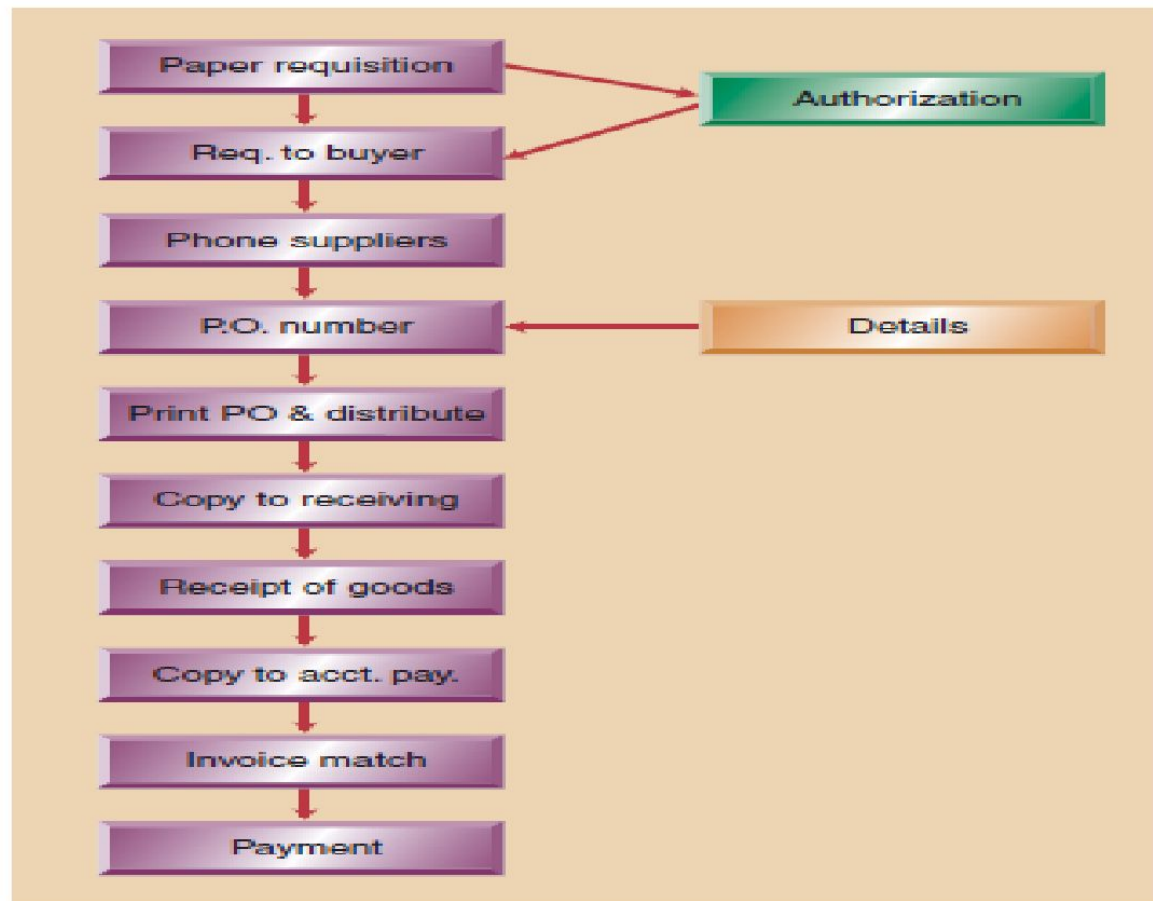
- **Жаһандық ЖЖМ-ге өту арқылы күрделі жағдайларға тап болуымыз мүмкін:**
 - **Инфрақұрылым мәселесі:** тасымал, коммуникация, білімді жұмысшылардың тапшылығы, жергілікті шикізаттың аздығы
 - **Өнімді шығару мәселесі:** жергілікті нарықты ескеріп, әрбір нарыққа өнімді арнайы шығару



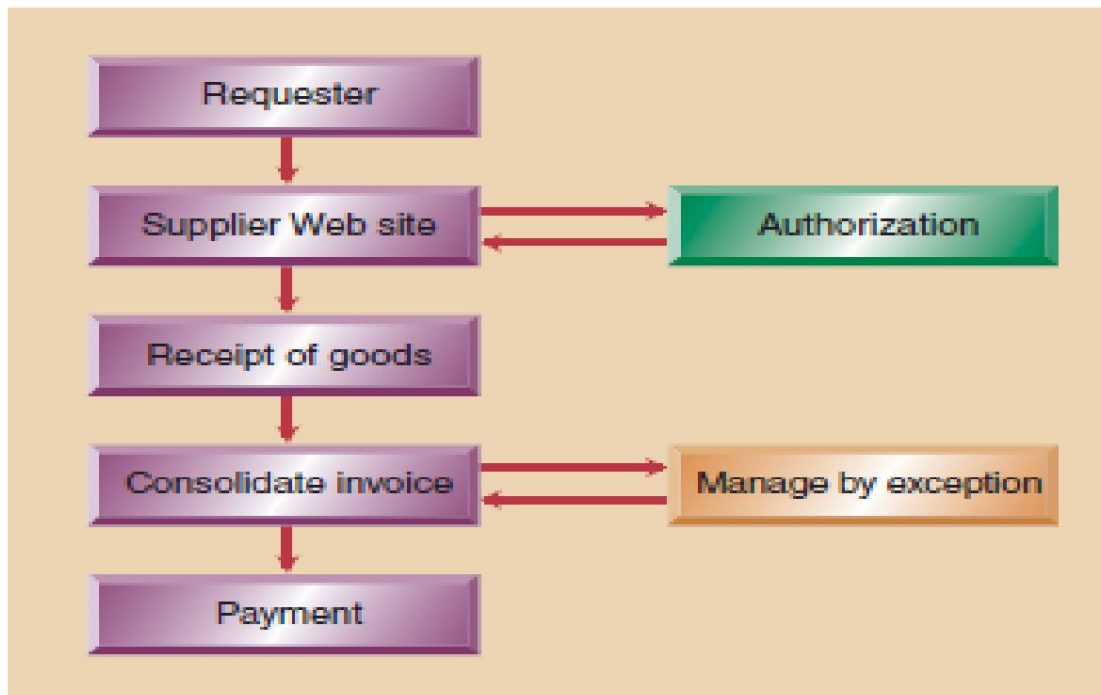
Сатып алу бөлімінің міндеті

- ЖЖМ бөлімінің аса маңызды бөлімі болып табылады
 - Жеткізушілерді таңдау
 - Ұзақ мерзімді келісімшарттарды жүргізу
 - Жеткізушінің сапасын бақылау
 - Тапсырыс беру
 - Сапалы жеткізушілердің базасын жасау
 - Жеткізушілермен жақсы қарым қатынаста болу

Дәстүрлі сатып алу бөлім



Онлайн сатып алу процесі





Жасау немее сатып алу

Жасау/сатып алу шешімін қабылдаудан бұрын келесі сұрақтарға жауап беру керек:

- Бұл өнім/қызмет фирманың табыстылығы үшін қаншалықты қажет?
- Бұл өнім/қызмет біздің негізгі артықшылығымыз ба?
- Бұл шешім компанияның ісін ары қарай жалғастыруы үшін керек пе?

Жасау (Make) немесе Сатып алу (Buy) талдауы

- Бұл талдау сатып алғандағы және жасаған кездегі шығындарды ескере отырып жасалынады.

Total Cost of Outsourcing :

$$TC_{Buy} = FC_{Buy} + (VC_{Buy} \times Q)$$

Total Cost of Insourcing :

$$TC_{Make} = FC_{Make} + (VC_{Make} \times Q)$$

Indifference Point :

$$FC_{Buy} + (VC_{Buy} \times Q) = FC_{Make} + (VC_{Make} \times Q)$$

Жеткізушімен жақсы қарым қатынас орнату



Сапалы, мықты жеткізушілер –
фирманың сәттілігінің кепілі

- Жеткізушіні таңдаудың негізгі үш критеріі:
 - Баға
 - Сапа
 - Уақытында жеткізу



Жеңіс-жеңіс серіктестігі

Ұзақ мерзімді қатынастар

Стратегиялық бағыт

Ақпарат алмасу

Тәуекелдерді бөлісу

Ортақ түсінік

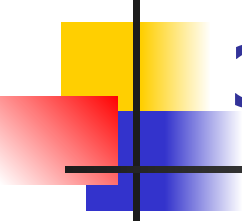
Ұзақ/қысқа мерзімді жоспарлармен бөлісу

Соңғы тұтынушыға бағытталу

■ Серіктестіктің пайдасы

- Дизайн бөлімінде ертерек жеткізушімен байланыс орнату
- Шығындарды азайтуда жеткізушінің тәжірибесін қолдану, бірігіп шығындарды азайту.
- Уақыт тиімділігі

Жеткізу менеджментіндегі этика



- Ұйымға беріліп жұмыс істеу
- Жұмыс істеушілермен әділ болу
- Мамандығыңа сену, оның принциптерінен аттап кетпеу

Жеткізу жүйесіндегі дистрибьюция



- Дистрибьюция үшін қоймалардың маңызы зор
- Завод қоймалары
- Аудандық қоймалар
- Жергілікті қоймалар
- Қоймалар пайдалану мақсаты бойынша:
 - Жалпы – ұзақ мерзімді сақтау мақсатында
 - Дистрибьюция – қысқа мерзімді мақсаттарда қолданылады



ЖЖМ интеграциясы

■ Шаралар

- Жалпы жеткізу жүйесіне талдау жасау
- Ішкі функцияларды біріктіру
- Сыртқы жеткізушілерді серіктестік арқылы интеграцияға енгізу

■ Жеткізушінің мақсаттары

- Сатылым көлемін өсіру
- Тұтынушының сеніміне кіру
- Шығындарды азайту
- Сұранысты анық болжау
- Пайданы көбейту



ЖЖМ интеграциясы

- Өндірушінің мақсаттары
 - Шығындарды азайту
 - Тиімділікті арттыру, бір істі қайталамау
 - Сапаны арттыру
 - Өндіру уақытын азайту
 - Жеткізушілерді процеске ерте енгізу
 - Сатуға кететін уақытты азайту



Не істеу керек?

1. Жеткізу жүйесіндегі элементтерді жиі тексеріп отыру, олардың қажеттілігіне талдау жасау
2. Сұранысты бақылап отыру
3. Тұтынушыға тауарды қалай жеткізу керектігі туралы ойлану
4. Капиталдың қолдану тиімділігін арттыру



Жалғасы

5. Қашан болатынын, не болатынын білу
6. Жеткізу жүйесін бейнелеу
7. Дамуды тексеріп отыру, мониторинг жасау



Қалдықты азайту

- Артық өндіру: қажетінен көп өнімді өндіру
- Жүйедегі процестер арасындағы үзіліс: мүмкіндігінше азайту
- Артық тасымал процесі: ішкі және сыртқы қозғалысты қамтиды



Қалдықты азайту

- Жұмысшылардың артық қозғалысы: жұмысқа келу уақытын азайту
- Қойма шектен артық тауар сақтау
- Орынды, кеңістікті жақсы қолданбау
- Бір істі қайтадан істеу: қайта өндіру, жөндеу жұмыстарына жеткізбестен бұрын дұрыс істеу



Жеткізу жүйесінің индекстері

■ Жеткізу жүйесінің индекстері

- Дәстүрлі көрсеткіштер
 - Инвестицияның қайтарылымы
 - Пайдалылық
 - Нарықтағы үлес
 - Кірістің өсуі
- Қосымша көрсеткіштер
 - Тұтынушыға қызмет көрсету деңгейі
 - Қоймадағы тауарлардың айналымы
 - Жеткізуге кететін уақыт



Жеткізу жүйесінің индекстері

- Тұтынушылардың талабы бойынша келесі көрсеткіштер де есте болу керек.
 - Кепілдімеге кеткен шығындар
 - Қайта өткізілген тауарлар көлемі
 - Тауардың іске жарамсыздығынан туындаған шығындар
 - Компанияның жауап беруге кеткен шығыны
 - Транзакциялық шығындар