

Работу выполнил: студент группы ОПУТ-08А1
Дарбаев Р.Ж.

1. МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

▶ Цель создания логистической системы



логистическую систему

Логистические системы делятся на:

Обеспечивающие подсистемы

Функциональные подсистемы



называется логистической синергией.

состоят из системообразующих звеньев

► Логистический цикл определяется

Логистический цикл состоит из

времени на оформление заказа в
определенном порядке

времени на доставку и передачу
заказа поставщику

времени выполнения заказа
поставщиком

времени доставки готовой
продукции заказчику

1.1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ АНАЛИЗА ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ



1.2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

▶ Адаптивная система с обратной связью

▶ Сбыт

▶ Свойства логистических систем:

1)

2)

3)

4)

5)

6) Иерархичность

1.3. МОДЕЛИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

- ▶ При разработке моделей логистических систем пользователи должны помнить о влиянии большого количества объективных и субъективных факторов, функционирующих в определенный момент времени

1)

2)

3)

4)

5)

- Логистические субъекты классифицируются по различным признакам:

▶


▶

▶

3.1.1.1. на уровне

взаимодействия с другими предметами

2. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЛОГИСТИКИ С МАРКЕТИНГОМ

- ▶ Современная концепция маркетинга выделяет четыре основные комплексные функции:
 - ▶ Логистика и маркетинг представляют собой две равноправные концепции с единым полем функционального приложения, едиными конечными целями, но различным инструментарием и предметом интересов.
- 

3. ВЗАИМОСВЯЗЬ ЛОГИСТИКИ С ДРУГИМИ ВИДАМИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



1)

5)

2)

6)

3)

7)

4)

К числу наиболее важных для проведения аудита регулярных логистических отчетов относятся:

издержкам;

- 5) логистические затраты (по группам) по отношению к стандарту или среднему уровню в данной отрасли;
- 6) диаграмма выполнения логистического плана

4. КОНТРОЛЛИНГ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Рациональный выбор вида транспорта, перевозчика, экспедитора, оптимальная маршрутизация и другие решения, принимаемые логистическими менеджерами, могут значительно сохранить издержки, расширив возможность маркетингового ценового маневра.

дистрибутивные каналы посредников почти независимо от стимулирования спроса.

Стратегия «вытягивания», направленная на немедленное удовлетворение спроса, ставит перед логистическим менеджментом гораздо больше проблем, поэтому необходима постоянная координация стратегических логистических и маркетинговых планов в дистрибьюции.

Задачей логистического менеджмента


решением вопроса «производить или покупать»?

5. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТРАНСПОРТА

Сохранилась положительная динамика улучшения финансового состояния по крупным и средним предприятиям всего транспортного комплекса.

- характер и уровень развития материально-технической базы конкретного вида транспорта, определяющие его возможности освоения предъявляемых перевозок;
- размещение транспортных средств и сети видов транспорта относительно предприятий и населенных пунктов;
- организация грузов и пассажиров.

Основными факторами, определяющими сферу использования пассажирами того или иного вида транспорта, являются:



6. ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС ТРАНСПОРТНОГО ПОТОКА

▶ Главная цель – целенаправленное использование логистической информации как ресурса в транспортно-логистической цепочке.

- низкий уровень межотраслевой и межрегиональной координации в развитии транспортной инфраструктуры;
- слабое использование транспортных коммуникаций для доставки транзитных грузов;
- медленное совершенствование транспортных технологий и недостаточная их увязка с производственными (промышленными), торговыми, складскими и таможенными технологиями;
- недопустимо низкий уровень информатизации транспортного процесса и информационного взаимодействия транспорта с другими отраслями экономики.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- ▶ 4. Тоффлер Э. Шок будущего. «АСТ», 2002 г.