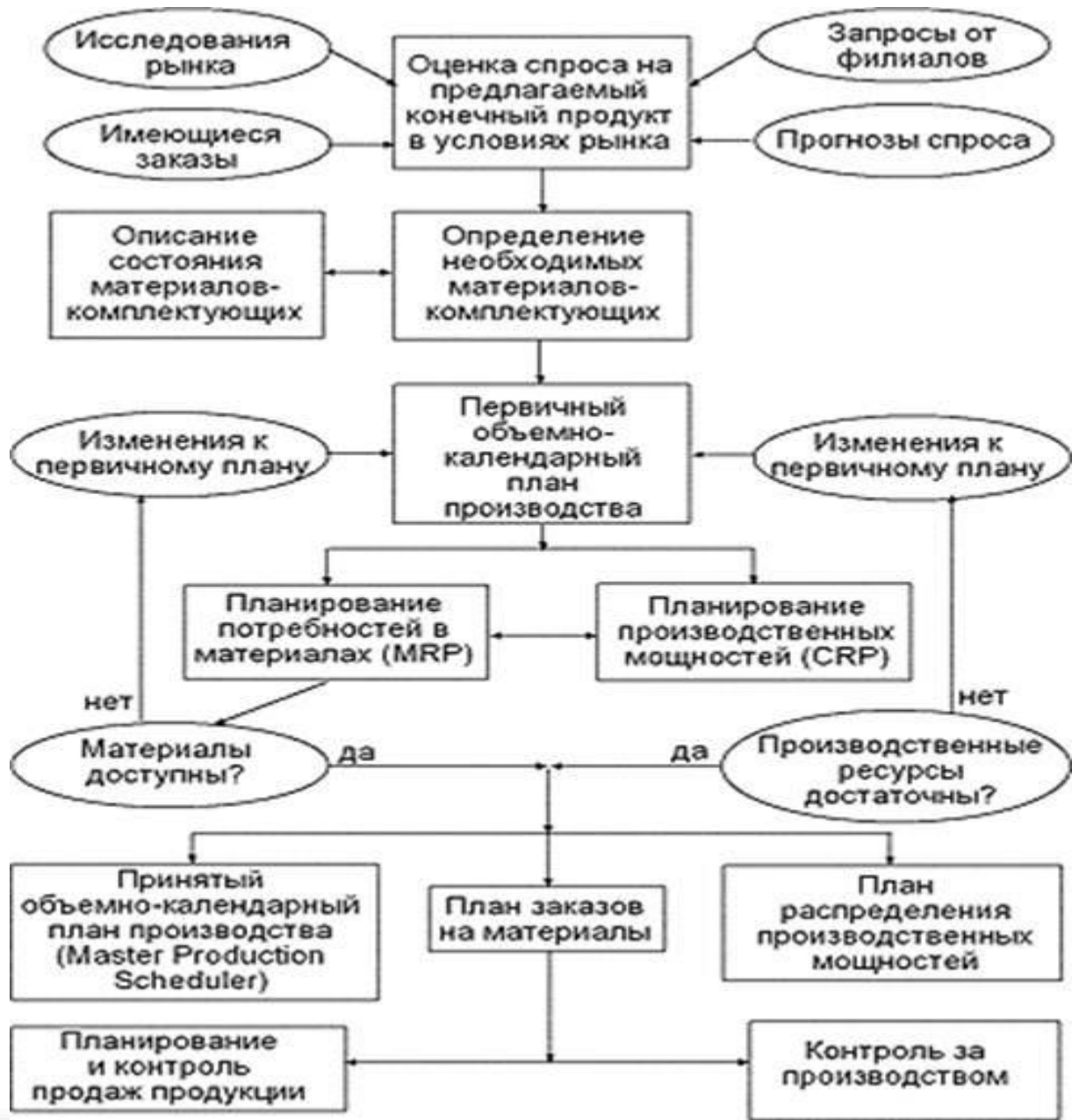


# Основные компоненты логистической стратегии Нор.никеля

Выполнили:  
Лепичева Н.  
Плаксина Е.  
Охотников С.  
Сазонова Ю.



# МИССИЯ

- Основной целью деятельности ГК «Норильский никель» (миссией) является укрепление ведущей позиции в мировой горно-металлургической отрасли и роли ответственного производителя и поставщика цветных и драгоценных металлов.



## Цели (стратегии)

*рациональное использование уникальной минерально-сырьевой базы и устойчивости операционных затрат;*

*реализация потенциала роста путем поиска, разведки и разработки месторождений минеральных ресурсов мирового класса;*

*содействие стабильному развитию рынков продукции, производимой ГК «Норильский никель»;*

*содействие стабильному развитию регионов хозяйствования предприятий ГК «Норильский никель»*

# Качество



***обеспечить постоянное улучшение качества продукции, закупка сырья и комплектующих более высокого качества, что позволит сократить производственные расходы и расходы, связанные с внутренним контролем качества (план нулевого уровня дефектов, контроль качества процесса, сертификация качества)***



## **Управление запасами**

*Анализ оперативной информации о запасах по всем важным позициям номенклатуры сырья, материалов, готовой продукции с учетом соглашений о партнерстве с ключевыми поставщиками.*

*Применение информационной системы мониторинга своевременности поставок и закупок товаров.*

# Логистический аутсорсинг

*Компания сосредотачивается на развитии так называемых ключевых компетенций и по возможности максимально избавляется от непрофильных активов за счет:*

- ✓ оптимизации количества и структуры логистических посредников и закрепляемых за ними функций;
- ✓ оптимизации выбора источников внешних «ресурсов»;
- ✓ использования инвестиций и инноваций поставщиков;
- ✓ оптимизации дислокации мощностей и объектов инфраструктуры логистической системы;
- ✓ сосредоточения организации на своих ключевых компетенциях.

# Заключение

- По результатам исследования МЦЛ ГУ-ВШЭ, лишь около 3 % фирм имеют логистическую стратегию и сознательно ее формируют. Указанные три процента в основном представлены крупными зарубежными компаниями, работающими на российском рынке. Результаты анализа также указали и на основные причины отсутствия логистической стратегии в оставшихся 97 % обследованных фирм:
  - ▣ *Первая – это общее недопонимание персоналом топ-менеджмента данных фирм предназначения логистики как интегрированного инструмента менеджмента, позволяющего оптимизировать материальные и финансовые ресурсы фирмы.*
  - ▣ *Вторая – недостаточное количество квалифицированных специалистов по логистике.*