




Три причины для изучения ЛОГИСТИКИ



1. Логистика определяет ценообразование в большинстве компаний.



2. Всем компаниям необходимы определенные логистические знания.



3. Логистическая деятельность будет очень важна для дальнейшего успеха многих компаний в условиях кризиса.

→ Проведенные исследования показали, что в стоимости товара, попавшего к конечному потребителю, более 70% составляют расходы, связанные с осуществлением логистических функций и операций.

→ Специалистами установлено, что сокращение на 1% логистических затрат эквивалентно почти 10%-ному увеличению объемов продаж торговых и промышленных предприятий.

→ По экспертным оценкам, применение методов логистики позволяет снизить уровень запасов на 30-50% и сократить время движения продукции на 25-45%

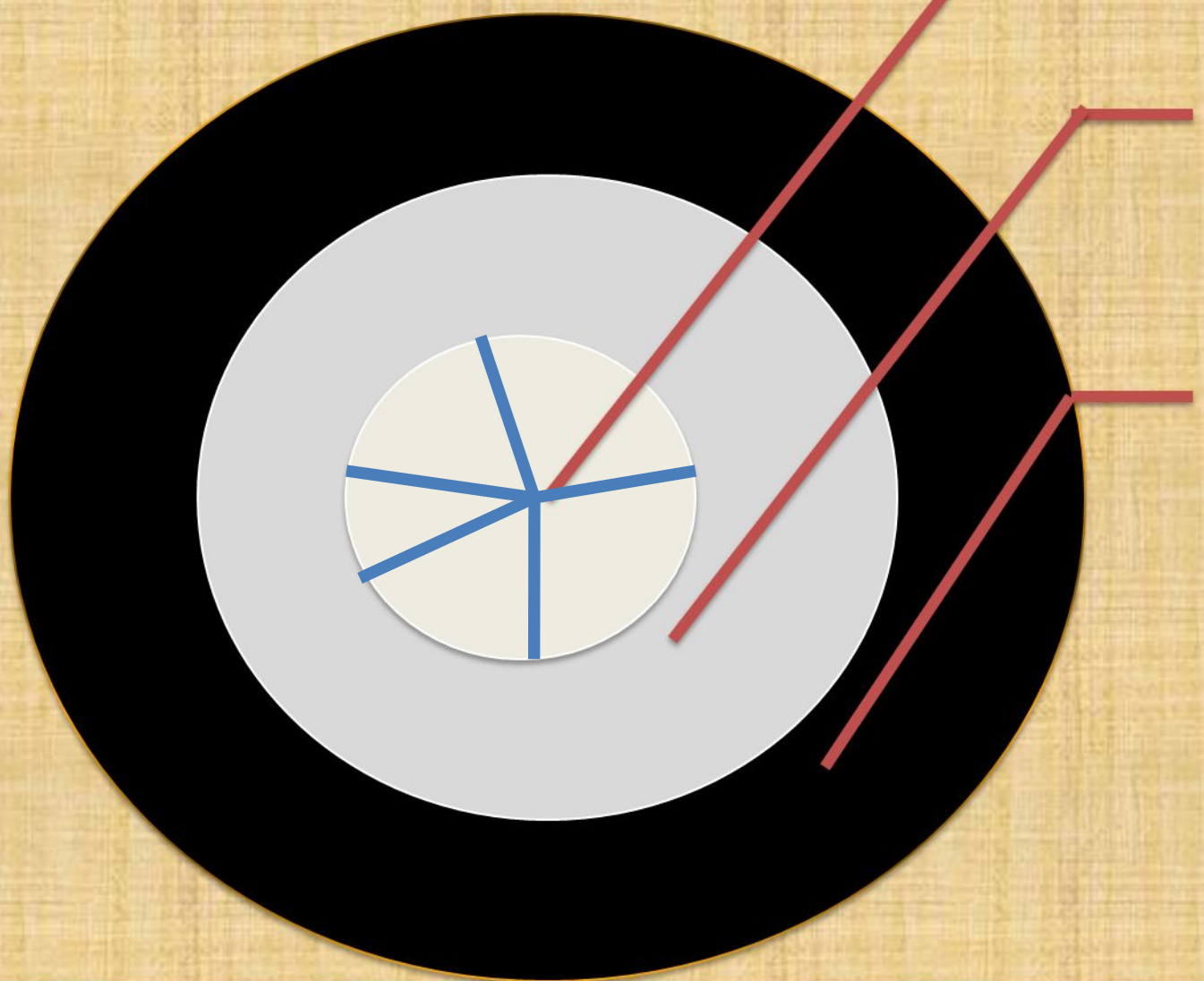
Изолированный подход

$L(C) = \min C \text{ закуп. деят.} + \min C \text{ производство} + \min C \text{ хранение} + \min C \text{ сбыт} + \min C \text{ транспортировка}$

Логистический подход

$L(C) = \min(\text{opt} C \text{ закуп. деят.} + \text{opt} C \text{ производство} + \text{opt} C \text{ хранение} + \text{opt} C \text{ сбыт} + \text{opt} C \text{ транспортировка})$

***Логистика* – планирование, управление и контроль деятельности, связанные с производством, эксплуатацией, закупкой, переработкой, транспортированием, хранением, складированием и продажами на всем пути движения товара до конечного потребителя, на всех стадиях жизненного цикла товаров, на всех функциональных объектах и субъектах коммерческой деятельности, влияющих на предприятие и на всех уровнях развития потребительского рынка с целью снижения издержек (расходов предприятия: временных, финансовых, информационных, трудовых, материальных и др.).**



Сегменты
потребительского
рынка

Не
реализованные
возможности и
желания

Мечты и идеи
предприятия

Ожидаемое воздействие на показатели предприятия в результате введения логистических решений

Время прохождения

Запасы

Настоящее

Гибкость

Будущее

Величина партии

Качество обслуживания клиентов

Загрузка мощностей

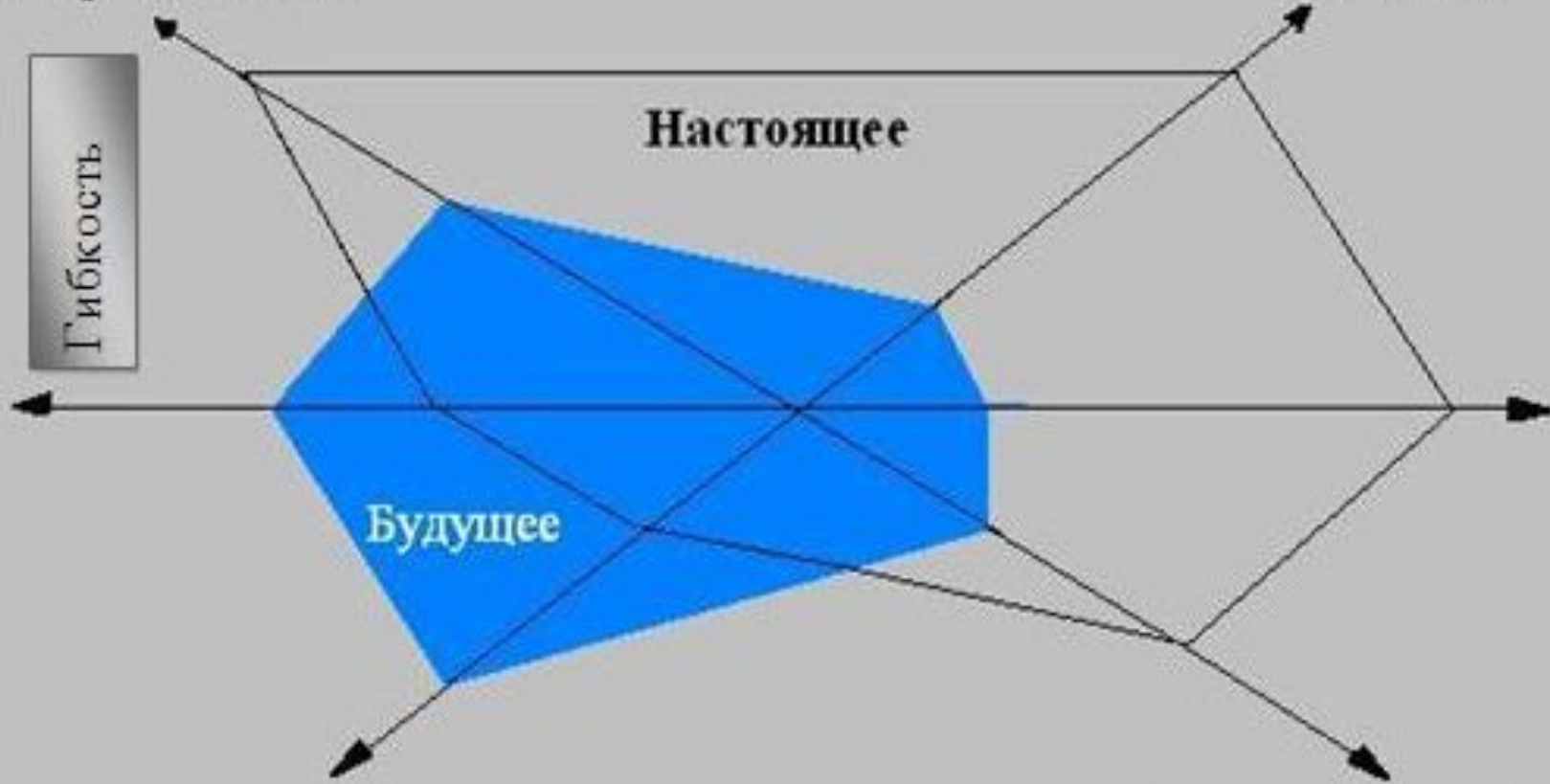
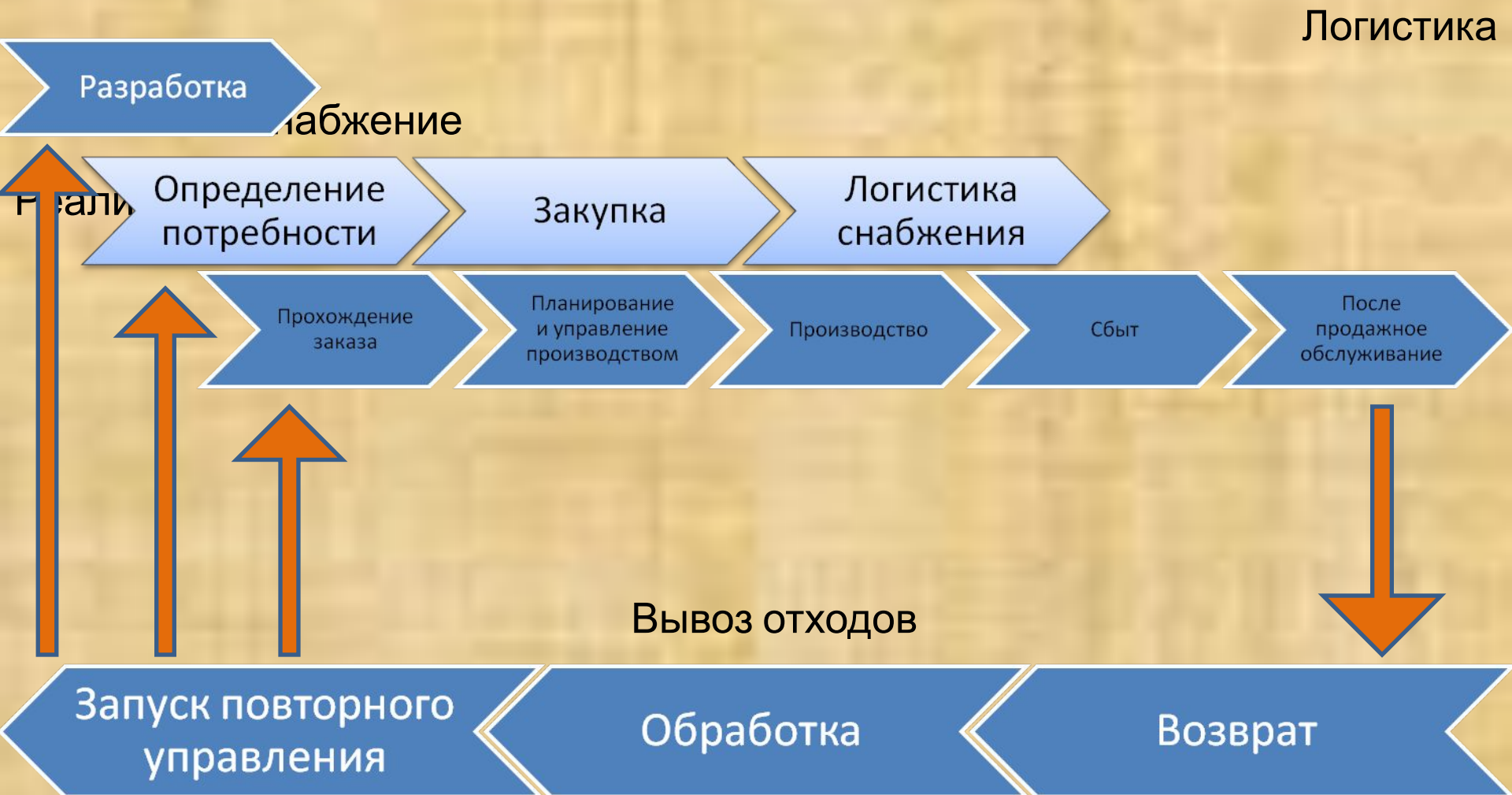


Схема взаимосвязей в цепочке процессов для предприятия





Взаимосвязь функций логистики и маркетинга в предпринимательских структурах

Функции

маркетинга

- исследование рынка
- изучение платежеспособного спроса
- прогноз потребностей
- разработка рекомендаций подразделениям производства и сбыта
- информационно-посреднические услуги
- разработка рекомендаций по производству новых товаров и услуг

Общие функции

маркетинга и логистики

- изучение конъюнктуры рынка
- ценообразование
- управление совокупными (производственными, сбытовыми, товарными и транспортными) запасами, ведение деловых переговоров и заключение сделок(договоров, контрактов, соглашений и др.)
- оказание дополнительных (сервисных) услуг в процессе поставки продукции
- осуществление оптимальных вариантов производства и поставок продукции в соответствии с нуждами и требованиями

Функции логистики

- определение потребности в материальных ресурсах
- расчет средств на приобретение материальных ресурсов
- выбор хозяйственной связи с поставщиками
- определение или формирование каналов товародвижения
- выбор различных видов транспорта и их рациональных комбинаций
- определение условий поставки и оплаты
- выбор франко-цены
- определение оптимальных размеров партии и интервала поставок
- выбор тары и упаковки
- минимизация и оптимизация

Изолированный подход

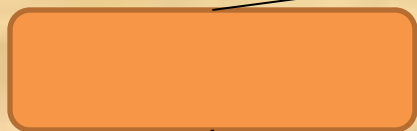
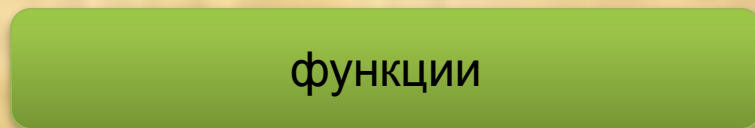
$L(C) = \min C \text{ закуп. деят.} + \min C \text{ производство} + \min C \text{ хранение} + \min C \text{ сбыт} + \min C \text{ транспортировка}$

Логистический подход

$L(C) = \min(\text{opt} C \text{ закуп. деят.} + \text{opt} C \text{ производство} + \text{opt} C \text{ хранение} + \text{opt} C \text{ сбыт} + \text{opt} C \text{ транспортировка})$

Принципы аутсорсинга, инсорсинга и партнерства

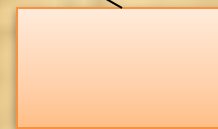
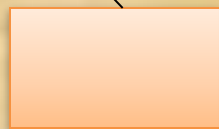
Материнское предприятие



Инсорсинг

Партнерств
о

Аутсорсин
г



Включите функции в структуру материнского предприятия

Сохранение функции в структуре материнского предприятия

Выделение (передача) функций из структуры материнского предприятия

Функциональная модель хозяйственной деятельности

Цели хозяйственной деятельности

Высшее руководство

дистрибуция

Продажа и
сервис

Исследование и
развитие

Внутренний
контроль

Планирование
деятельности

инвестиции

Юридическое
обслуживание

Маркетинговое
управление

Канцелярское
обслуживание

Управление
финансами

Формирование
имиджа

Управление
кадрами

Организация
деятельности

Управление
качеством

бухгалтерия

Исследование и
развитие

производство/
оказание услуг

дистрибуция

снабжение

Продажа и
сервис

Сырьевое хозяйство, складское хозяйство,
транспортное хозяйство, контроль качества,
поддержка деятельности, ремонтное хозяйство,
энергетическое хозяйство, охрана окружающей среды

Руководящие
функции

Основные
функции

(оперативные)

Вспомогательные
функции