

Логистика как фактор повышения конкурентоспособности фирм.

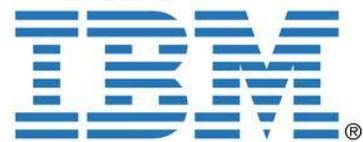
Показатель ПИК



Выполнила
Гассельбах
Наталья
гр. 0701

Интеграц

ия



Unilever



Субъекты логистической цепочки

промышленные
или торговые
предприятия

ТП
К

совокупность
производственных
и
инфраструктурных
элементов

связи на
различных
уровнях



ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА



Логистические концепции



Just in time

- **Появление:** конец 50-х годов
- **Лозунг:** исключение запасов материалов, компонентов и полуфабрикатов в производственном процессе

- **Исходная постановка**

производственно материалы
е полуфабрикат



в нужном количестве
в нужное время
в точный срок
нужному
потребителю

- **Результаты**

- ↑ Качество выпускаемой продукции
- ↓ Себестоимость производства
- ↓ Страховые запасы
- Ускорение оборачиваемости оборотного капитала



- **Цель:** улучшение продвижения ГП в их дистрибьютивных сетях в ответ на изменение спроса

Quick response

- **Реализация** - Мониторинг продаж в розничной торговле

- **Результаты** ↓ Передача информации об уровне продаж
↑ Оборачиваемости запасов



Логистика – фактор повышения

конкурентоспособности

- Хорошо отлаженная учетно-информационная система
- Комплексный анализ расходов и доходов структурных подразделений фирм и всех участников логистической цепи
- Определение доли прибыли от логистической деятельности в общей

Услов
ия



ПИК = $\frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Стоимость продаж}} * \frac{\text{Стоимость продаж}}{\text{Инвестированный капитал}} * 100\%$

**Значение
ЛОГИСТИКИ**

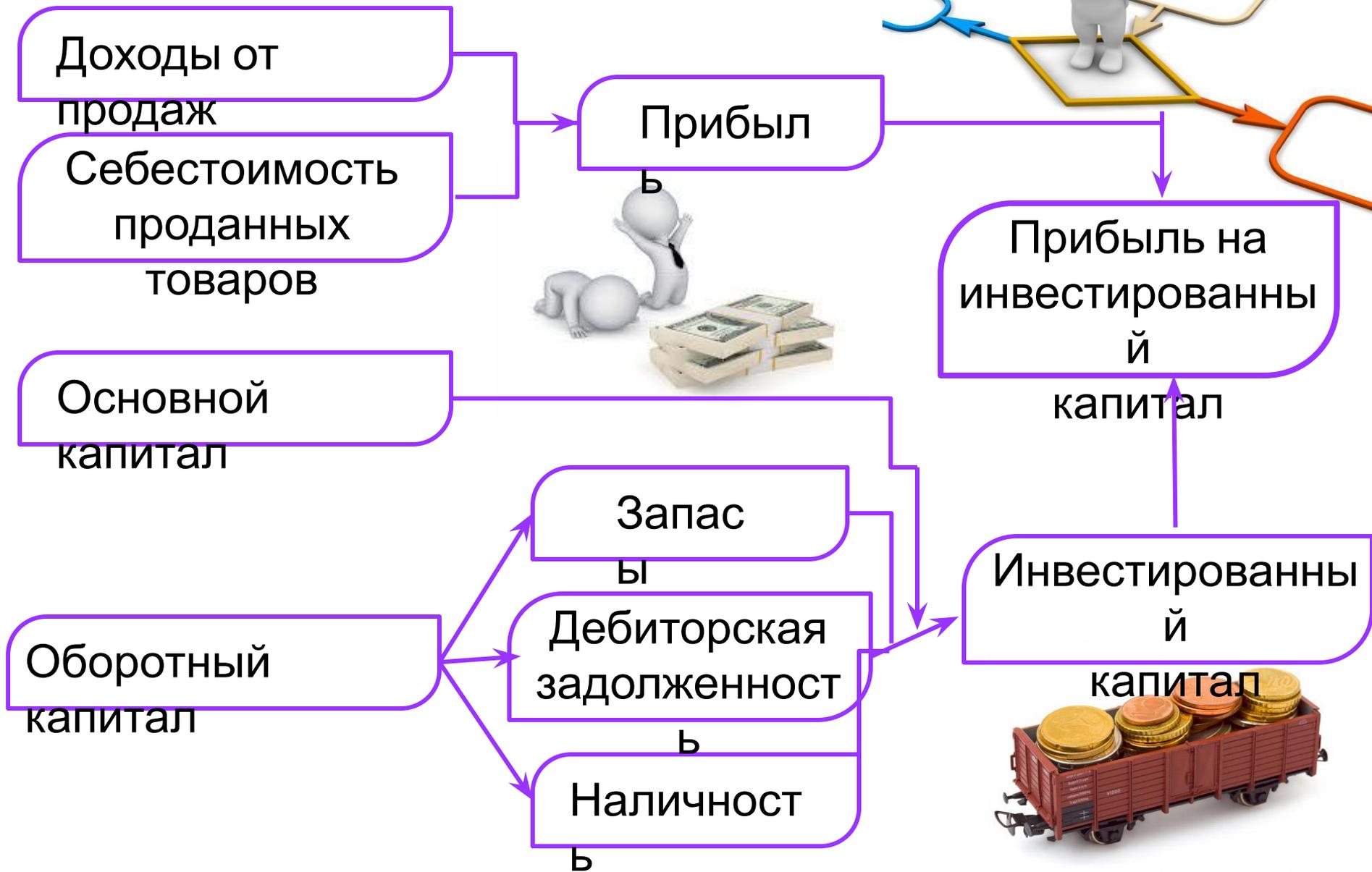
↓ издержке
к

↑ доли компании на
рынке



Ключевые элементы показателя

ПИК



Влияние логистики на различных

рынках

Рынок продовольственных

товаров

- инструмент маркетинга
- фактор времени отгрузки и скорости перевозки (для скоропортящейся продукции)



Рынок инвестиционных

надежность отгрузки

для получения повторных заказов от

потребителей

для получения заказов от новых потребителей по рекомендации

Воздействие на конкурентоспособность:

повторный заказ – наиболее выгоден (прибылен)

- допродажные и послепродажные издержки
- затраты на проектирование и стандартизацию продукции



Рынок потребительской продукции

- надежность отгрузки (есть запасы)
- фактор ↓ затрат
- большое значение в ↑ качества услуг

длительного пользования



Выво

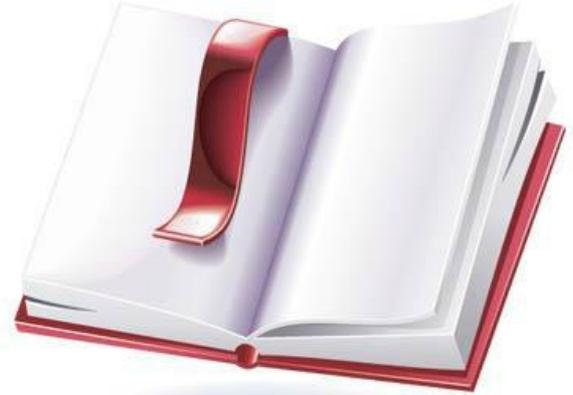
Д

- Вероятность дифференцирования продукции по её свойствам или по качеству
- Корпоративный имидж или стратегия фирмы трудноизменимы в краткосрочном периоде

**ЛОГИСТИКА – ВАЖНЫЙ КОНКУРЕНТНЫЙ
ФАКТОР**



Список литературы



- А.М. Гаджинский. Логистика (глава 15)
- В.Д. Сербин. Основы логистики (глава 1)
- О. В. Емельянова, О. В. Архипкии. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности фирм
- <http://учебники-бесплатно.рф/osnovy-logistiki/logistika-kak-faktor-povyisheniya.html>



Благодарю за внимание!

