



Сервисная ЛОГИСТИКА

СКИФ



Кафедра «Сервис, туризм и индустрия
гостеприимства»

Краткий курс лекций

Автор

Зайнуллина Т.Г.

Аннотация

Краткий курс лекций по дисциплине «Сервисная логистика» предназначен для студентов направления подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль «Социально-культурный сервис». Раскрывает основные понятия, связанные с организацией логистики на предприятии.

Автор

**Зайнуллина Татьяна Геннадьевна –
КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ**

Оглавление

Лекция 1	5
Логистика: понятие, цели, задачи.....	5
1. Понятие и сущность логистики.....	5
2. Функции и задачи логистики	6
Лекция 2	6
Основные понятия в логистике	6
1. Понятие потока в логистике	6
2. Логистические операции	7
Лекция 3	8
Логистические системы.....	8
1. Понятие логистических систем.....	8
2. Цели и задачи анализа логистических систем.....	9
3. Микрологистические системы	9
4. Макрологистические системы.....	10
Лекция 4	11
Закупочная логистика: механизм функционирования	11
1. Сущность, задачи и функции закупочной логистики.....	11
2. Формы организации закупочной деятельности	11
3. Выбор поставщика.....	12
Лекция 5	13
Сервисная логистика	13
1. Сервисная логистика как составная часть хозяйственной деятельности фирмы	13
2. Сервисные потоки	14
3. Качество сервисных услуг в логистике.....	15
4. Система логистического сервиса	15
Лекция 6	17

Сервисная логистика

Транспортная логистика.....	17
1.Экономическая сущность транспорта и основные понятия транспортной логистики	17
2.Виды транспортных перевозок	17
3.Выбор видов транспортного средства.....	18
Лекция 7	19
Логистика в туризме.....	19
1. Понятие логистики в туристской сфере	19
2.Материальные потоки в туризме.....	20
Лекция 8	21
Сбытовая логистика	21
1. Цели, задачи и функции сбытовой (распределительной) логистики	21
2. Логистические каналы и цепи сбыта	21
3. Виды посредников	23
Лекция 9	24
Логистика запасов	24
1.Понятие и содержание логистики запасов	24
2. Организация склада на предприятии	25

Лекция 1

Логистика: понятие, цели, задачи

1. Понятие и сущность логистики

Термин «логистика» происходит от греческого слова «logistike», что означает «мышление, расчет, целесообразность». Римляне понимали этот термин как «распределение продуктов питания». В Византии логистику считали способом организации военного снабжения и управления армией. Исторически сложилось, что логистика, как практическая деятельность, развивалась благодаря военному делу. В начале XX века логистика была признана как военная наука. Логистические принципы и модели широко использовались в ходе Первой и Второй мировых войн.

Подобно исследованию операций, математической оптимизации, сетевым моделям и другим методам прикладной математики, показавшим свою эффективность в военной области, логистика постепенно перешла в сферу хозяйственной практики и стала широко использоваться в экономике к 60-70-м годам XX века.

Впоследствии исторически сложились три источника формирования термина «логистика»: военный, математический, экономический (управленческий).

Логистика как наука разрабатывает научные принципы, методы, математические модели, позволяющие планировать, контролировать и управлять транспортированием, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе:

- □ доведения сырья и материалов до производственного предприятия;
- □ внутривозвратной переработки сырья, материалов и полуфабрикатов;
- □ доведения готовой продукции (ГП) до потребителя в соответствии с его требованиями;
- □ передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

Логистика – широкий диапазон деятельности, связанный с эффективным движением конечных продуктов от конца производственной линии до покупателя, в некоторых случаях включающей также движение сырья от источника снабжения до начала производственной линии. Эта деятельность включает транспортировку, складирование, обработку материалов, защитную упаковку, контроль запасов, выбор местонахождения производства и складов, заказы на производство продукции, прогнозирование спроса, маркетинг и обслуживание покупателей.

Логистика – это менеджмент всех видов деятельности, которые способствуют движению и координации спроса и предложения на товары в определенном месте и в заданное время.

Цель логистики определяется 7 правилами:

(1) нужный товар должен быть доставлен (2) в нужное время (3) в нужное место. (4) с наименьшими затратами. (5) нужного качества, (6) в нужном количестве и (7) нужному потребителю. Если эти правила выполняются, то цель логистической деятельности считается достигнутой.

2. Функции и задачи логистики

Различают два вида функций логистики: оперативные и координационные. Оперативные функции связаны с управлением движением материальных ценностей в области снабжения производства и распределения.

Логистика предполагает формирование и обеспечение функционирования материальных потоков на отдельных этапах движения материалов. Выделяют несколько функций логистики:

- интегрирующая – формирование процесса товародвижения как единой целостной системы;
- организующая – обеспечение взаимодействия и согласование стадий и действий участников товародвижения;
- управляющая – поддержание параметров материалопроводящей системы в заданных пределах.
- системообразующая функция логистики – это система эффективных технологий обеспечения управления ресурсами.

Логистика объединяет стадии закупки, производства и сбыта в единый процесс. Посредством логистики управление движением потоков материалов осуществляется как управление единой, интегрированной системой, включающей источник сырья, ряд стадий обработки (изготовления продукции) и сбыта готовых изделий.

Задачи, стоящие перед логистикой, можно разделить на общие, глобальные и частные. Достижение максимального эффекта с минимальными затратами – это главная глобальная задача логистики. Моделирование логистических систем и факторов их функционирования также относят к глобальным задачам.

Лекция 2

Основные понятия в логистике

1. Понятие потока в логистике

Основным объектом изучения логистики являются разнообразные потоки, которыми необходимо управлять для реализации основной цели и задач логистики. При этом под потоком понимают направленное движение совокупности чего-либо условно однородного (например, продукции, информации, финансов, материалов, сырья и т.п.).

Материальный поток – это отнесенная к временному интервалу совокупность товарно-материальных ценностей, рассматриваемых в процессе приложения к ним различных логистических операций.

Каждому материальному потоку соответствует некоторый информационный и финансовый поток. Информационный поток – это поток сообщений в речевой, документной (бумажной и электронной) и другой форме, генерируемый исходным материальным потоком в рассматриваемой логистической системе, между логистической системой и внешней средой и предназначенный для реализации управляющих функций.

Сервисная логистика

Финансовый поток в логистике понимается как направленное движение финансовых средств, циркулирующих внутри логистической системы, между логистической системой и внешней средой, необходимых для обеспечения эффективного движения, определенного материального потока. Таким образом, специфика финансовых потоков в логистике заключается именно в потребности обслуживания процесса перемещения в пространстве и во времени соответствующего потока товарно-материальных или товарно-нематериальных ценностей.

Помимо материального, информационного и финансового вида потоков выделяют также поток услуг, представляющий собой количество услуг, оказываемых за определенный временной интервал. Под услугой понимается особый вид деятельности, удовлетворяющей общественные и личные потребности (транспортные услуги, оптово-розничные, консультационные, информационные и т.п.). Услуги могут оказываться людьми и оборудованием в присутствии клиентов и в их отсутствии, быть направленными на удовлетворение личных потребностей или нужд организаций. Необходимость введения понятия потока услуг обусловлена возрастающей важностью и развитием индустрии сервиса, и концентрацией в ней все большего количества компаний и населения.

2. Логистические операции

Логистические операции – самостоятельная часть логистического процесса, выполняемая на одном рабочем месте и/или с помощью одного технического устройства; обособленная совокупность действий, направленных на преобразование материального и/или информационного потоков. К логистическим операциям с материальными потоками относят расфасовку, погрузку, транспортировку, разгрузку, распаковку, комплектацию, сортировку, складирование, упаковку и др.

Классификация логистических операций

Признак классификации	Вид логистических операций
Переход права собственности	Односторонние, двухсторонние
Природа потока	Материальный поток, поток услуг, информационный поток, финансовый поток
Направленность реализуемых логистических функций	Внешние (функции снабжения и сбыта), внутренние (в рамках функции производства)
Вид реализуемых логистических функций	Базисные, ключевые, поддерживающие

Логистическая функция – это укрупненная группа логистических операций, однородных с точки зрения цели этих операций и заметно отличающихся от другой совокупности операций.

К основным логистическим функциям относят планирование материального обеспечения производства, управление ходом выполнения производственных заказов, управление запасами, управление распределением продукции. К логистическим функциям могут быть также отнесены прогнозирование, контроль, регулирование.

Сервисная логистика

Поставщик и потребитель материального потока в общем случае представляют собой две микрологистические системы, связанные так называемой логистической цепью.

Логистическая цепь – это линейно упорядоченное множество физических и (или) юридических лиц, осуществляющих логистические операции по проведению внешнего материального потока от одной логистической системы до другой в случае производственного потребления или до конечного потребителя в случае личного непроизводственного потребления.

Лекция 3

Логистические системы

1. Понятие логистических систем

Логистическая система представляет собой адаптивную систему с обратной связью, выполняющую те или иные логистические функции. Она, как правило, состоит из нескольких подсистем и имеет развитые связи с внешней средой. Различают макро- и микрологистические системы.

Промышленные или торговые предприятия, территориально-производственные комплексы относятся к объектам логистических систем.

Цель создания логистической системы – минимизировать издержки или сохранить их на заданном уровне при доставке продукции (услуг, информации) в нужное место, в определенном количестве и ассортименте и максимально подготовленными к потреблению.

Логистические системы делятся на:

1. производственные, транспортные, складские, которые относятся к функциональным подсистемам;
2. информационные, правовые, кадровые, относящиеся к обеспечивающим подсистемам.

Как система массового обслуживания логистическая система имеет внутрисистемные связи и связи с внешней средой. Виды логистических связей могут быть: материальными, денежными, информационными, при этом они бывают прямыми и обратными.

Логистическая система отличается от других экономических систем рядом характерных признаков: наличием управляемых потоковых процессов, системной целостностью и ее специфичностью, нацеленностью на производство организации управления.

Главными свойствами логистической системы являются оптимальность и адаптивность.

Показатель логистического цикла является важнейшей характеристикой логистических систем.

Логистический цикл определяется периодом времени, нужным для проведения заказа на поставку конкретного товара, его изготовления, включая приобретение необходимых для этого ресурсов, и непосредственно на доставку продукции, заказанной потребителем, на склад или к другому месту назначения.

Логистический цикл состоит из:

Сервисная логистика

1. Времени на оформление заказа в определенном порядке.
2. времени на доставку и передачу заказа поставщику.

При использовании современных средств связи времени затрачивается мало, при использовании традиционных каналов связи (почта) период времени значительно увеличивается;

3. времени выполнения заказа поставщиком, которое включает: период ожидания заказа, период выполнения заказа. Периоды складываются из:
 - рабочего времени, нужного на изготовление продукции;
 - времени межоперационных простоев в ходе производства, времени приемки готовой продукции и т. д.

Время выполнения заказа может состоять из времени комплектации и времени упаковки, если заказ выполняется из имеющихся в наличии у производителя или торгового посредника запасов;

4. Времени доставки готовой продукции заказчику.

Логистический цикл может включать время на подготовку продукции к производству, время на подготовку продукции к продаже.

2. Цели и задачи анализа логистических систем

С взаимоотношениями логистики и издержек производства связано одно из направлений исследования логистики. Попытка минимизировать издержки какого-либо отдельного вида деятельности (транспорта, производства, складского хозяйства) приводят к повышению общей стоимости логистики.

Поэтому теория предполагает проведение анализа новых введений любого вида деятельности логистики с учетом всех издержек системы. Комплексный анализ логистики может определить, выработать политику управления. Системный анализ способствует работе и повышению эффективности системы логистики, его результатом являются новые концепции, введение новых технологий и оборудования.

Ценовой анализ логистики зачастую проводится для поиска направлений снижения издержек в определенном рыночном пространстве; изменения, происходящие в системе под воздействием анализа, имеют важное значение для маркетинга.

Тщательный и качественный анализ логистической системы позволяет более четко определить цели и задачи распределения. С этой точки зрения системный анализ выступает в качестве инструмента маркетинга, позволяющего поддерживать и определять стандарты обслуживания.

3. Микрологистические системы

Микрологистические системы управления включают внутрипроизводственную логистическую сферу одного или группы предприятий, объединенных между собой на корпоративной основе.

Технологически связанные производства, объединенные одной инфраструктурой и работающие на один экономический результат, включают в себя микрологистические функции.

Сервисная логистика

Главные комплексные функции этих экономических систем состоят в следующем.

1. В соответствии с потребностью производства, ориентированного на выполнение заказов покупателей, осуществление закупок и реализация плана поставок.

2. На основе оптимизации потоковых процессов организация управления транспортно-перемещающими работами в сфере производства.

3. Создание требуемых условий транспортировки и доставки сбытаемой продукции, обеспечение соответствия ее заказам, реализация и контроль плана сбыта.

4. Воздействие на некоторые логистические процессы во внешней среде.

Микрологистические системы имеют несколько уровней управления. Объектом управления для первого уровня является предприятие, или группа предприятий в корпоративном объединении.

Объектом управления второго уровня – сферы деятельности предприятия.

Объектом управления для третьего уровня выступают подразделения предприятия, и для последнего, нижнего уровня объектом управления являются отдельные процессы, протекающие в подразделении.

4. Макрологистические системы

Система, назначение которой не состоит в извлечении прибыли или достижении каких-либо других корпоративных целей организации бизнеса, считается макрологистической системой.

Эта система создается на уровне территориального или административно-территориального образования для решения социально-экономических, экологических и других проблем подобного рода.

Макрологистические системы классифицируются по нескольким признакам.

По административно-территориальному признаку логистические системы бывают следующих видов: районные, межрайонные, городские, краевые, региональные, межрегиональные, республиканские и межреспубликанские.

По объектно-функциональному признаку макрологистические системы выделены для группы предприятий одной или нескольких отраслей, межведомственные, военные, торговые и т. п.

При построении макрологистических систем в большинстве случаев используется критерий минимума общих логистических издержек.

На базе межгосударственных программ макрологистические системы предполагают создание единого экономического пространства, где сведены к минимуму препятствия для движения капиталов, товаров, информации, трудовых ресурсов.

Лекция 4

Закупочная логистика: механизм функционирования

1. Сущность, задачи и функции закупочной логистики

Предприятия независимо от вида деятельности закупают сырье, материалы, сопутствующие товары, услуги.

Все это необходимо для формирования хозяйственной деятельности, в первую очередь производственной и сервисной.

Логистика закупок представляет собой комплекс операций, направленных на снабжение предприятия ресурсами, объем готовой продукции, движение приобретенных материальных ресурсов по подразделениям на предприятии и между ними.

Основной целью логистики закупок является удовлетворение потребностей компании (производства) в продукции (материалах) с максимально возможной экономической эффективностью.

Задачи закупочной логистики:

- обеспечение закупки материальных ресурсов по минимальным ценам и с максимальным качеством. Снижая закупочные цены материалов, можно значительно сократить себестоимость продукции;
- обеспечение своевременной доставки материалов для производственных потребностей;
- соблюдение сроков закупки сырья и комплектующих изделий;
- определение оптимального размера поставок;
- соблюдение соответствия количества поставок с потребностями производства;
- контроль за качеством сырья и комплектующих изделий;
- обеспечение складирования материальных ресурсов (готовой продукции) с минимальными затратами.

Выбор формы закупок зависит от сложности конечного продукта, от набора комплектующих изделий и материалов.

2. Формы организации закупочной деятельности

Рассмотрим наиболее часто встречающиеся формы:

1. Закупка товара одной партией.

Преимущества оптовой поставки заключаются в простоте оформления документов, гарантии поставки всей партии, повышении торговых скидок из-за приобретения товара большой партией.

Недостатком является большая потребность в складских помещениях, замедление оборачиваемости капитала.

2. Периодические закупки небольшими партиями.

Покупатель заказывает необходимое количество товара, которое поставляется ему партиями в течение определенного отрезка времени.

Преимущества такой формы закупки заключаются в ускорении процесса оборачиваемости капитала, так как товар оплачивается по мере его поступления. Достигается экономия на процессе хранения и складских помещениях,

Сервисная логистика

сокращаются затраты на документирование поставки, поскольку оформляется только один заказ на всю поставку.

Недостатком этой формы закупки является вероятность заказа излишнего количества, необходимость оплаты всей партии товара сразу.

3. Ежедневные или ежемесячные закупки по котировочным ведомостям.

Где закупаются дешевые и быстро используемые товары, широко применяется такая форма закупки.

Котировочная ведомость содержит сведения о полном перечне товаров, количестве имеющегося на складе товара, а также требуемом количестве товара.

Преимущество данной формы – в ускорении оборачиваемости капитала, своевременности поставок и снижении затрат на складскую деятельность.

4. Получение товара по мере необходимости. Эта форма имеет не только схожесть с формой регулярной поставки, но и ряд характерных особенностей:

- количество закупок здесь не устанавливается, а определяется приблизительно;
- поставщики должны связываться с покупателем перед выполнением каждого заказа;
- поставленное количество товара подлежит оплате, заказчик не обязан принимать и оплачивать товары по истечении срока контракта.

Преимуществом является отсутствие конкретных обязательств по покупке определенного количества, ускорение оборота капитала, небольшое количество работы по оформлению документов.

5. Закупка товаров с немедленной сдачей. Область применения этой формы – покупка нечасто используемых товаров, при невозможности получения их по мере надобности. Товар заказывается по мере необходимости и привозится непосредственно со складов поставщиков.

Минус этой формы состоит в увеличении издержек, связанных с необходимостью скрупулезного оформления документов при каждом заказе, увеличением количества поставщиков и измельченностью заказов.

3. Выбор поставщика

Выбор поставщика является одной из наиболее важных задач закупочной логистики.

Возможны два направления выбора поставщика:

1. Выбор поставщика из числа компаний, которые уже были вашими поставщиками (или являются ими) и с которыми уже установлены деловые отношения. Это облегчает выбор, так как отдел закупок фирмы располагает точными данными о деятельности этих компаний (хотя так бывает не всегда).

2. Выбор нового поставщика в результате поиска и анализа интересующего рынка: рынка, с которым фирма уже работает, или совершенно нового рынка (например, если принято решение диверсифицировать деятельность). Для проверки потенциального поставщика часто необходимы большие затраты времени и ресурсов, поэтому ее следует осуществлять только в отношении тех поставщиков из небольшого списка, которые действительно имеют серьезный шанс получить большой заказ.

Сервисная логистика

Существует несколько распространенных методов выбора поставщика:

- затратно–коэффициентный;
- доминирующих характеристик;
- категорий предпочтения;
- рейтинговая оценка факторов и др.

Как для промышленной, так и для торговой фирмы обычно основными критериями выбора являются: цена, качество товара и надежность поставки.

Выбор поставщика по бальному методу (пример).

Критерий оценивания	Оценка по критерию (от 0 до 100 баллов)		Относительный вес критерия (в %)	Общая взвешенная оценка (в баллах)	
	Поставщик			А	Б
	А	Б			
Цена	90	65	35	31,5	22,8
Качество	50	75	25	12,5	18,8
Сроки поставки	60	80	15	9	12
Дополнительные услуги	60	70	25	15	17,5

Из табл. видно, что суммарное количество баллов для поставщика А составляет 68,0, а для поставщика В – 71,1. Сравнение результатов однозначно свидетельствует, что следует выбрать поставщика В. Перечисленные критерии можно еще более детализировать, что — в результате соответствующей квантификации и оценивания — позволит установить общее количество баллов по конкретным критериям.

Лекция 5

Сервисная логистика

1. Сервисная логистика как составная часть хозяйственной деятельности фирмы

Сервисная логистика как концепция общей теории логистики изучает сущность управления сервисными потоками, многообразие форм, а также закономерности развития логистического сервиса направленного на повышение качества обслуживания потребителей в процессе воспроизводства.

Предметом сервисной логистики выступают экономические отношения, складывающиеся в процессе логистического сервиса.

Задачей сервисной логистики в данном смысле является разработка теоретико-методологических основ и формулирование принципов для принятия оптимальных решений в сфере логистического обслуживания потребителей, поставщиков и посредников, и разработки эффективных экономических стратегий развития, как на микро, так и на макроуровне народного хозяйства.

Сервисная логистика как система хозяйственной (практической) деятельности в сфере услуг представляет собой совокупность взаимосвязанных

Сервисная логистика

методов, форм, инструментов, процессов и субъектов логистического сервиса, направленного с одной стороны на удовлетворение потребностей потребителей при заданных ограничениях по издержкам, качеству и продолжительности бизнес-циклов, с другой на получение прибыли и рост рыночной власти сервисных организаций специализирующихся на оказании логистических услуг.

Сервисная логистика - это раздел логистики, в котором изучается оптимизация потоков услуг, предоставляемых предприятиями потребителям, оказываемых друг другу партнерами по логистической цепи, а также внутрифирменных потоков.

Существуют взгляды, в соответствии с которыми принято выделять три основных направления сервиса:

- оказание услуг конечным покупателям;
- оказание услуг одними фирмами - участниками логистической цепи другим в процессе продвижения логистических потоков от производителя к потребителю;
- оказание внутрифирменных услуг разными подразделениями и работниками предприятия.

Услуга - это любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предложить другой, и которая в основном неосвязаема и не приводит к завладению чем-либо.

Наиболее распространенными логистическими услугами являются:

- обеспечение наличия товарных запасов на складе;
- исполнение заказа, в том числе подбор ассортимента, упаковка, формирование грузовых единиц;
- взятие на себя риска, связанного с хранением запасов;
- предоставление кредитов, системы скидок и т.д.;
- информационное обеспечение товародвижения;
- обеспечение эффективности транспортировки товаров.

2. Сервисные потоки

Сервисные потоки представляют собой потоки услуг (товара особого вида), генерируемые логистической системой или ее звеном с целью удовлетворения спроса внешних или внутренних потребителей.

Сервисный поток — поток услуг, выполняемых в логистической системе с целью удовлетворения потребностей как внешних, так и внутренних по отношению к организации потребителей.

Сервисные услуги могут оказываться, например, одними фирмами-участницами логистической системы другим в процессе продвижения логистических потоков производителя к потребителю.

В зарубежной практике даже появился специальный термин Third Party Logistics (3PL) – «третья сторона в логистике» или логистический посредник.

Основными логистическими посредниками (третьей стороной), для фирм-производителя или торговой компании являются, например, перевозчики, экспедиторы, грузовые терминалы.

Сервисная логистика

Вспомогательные логистические посредники – это страховые и охранные предприятия, таможенные брокеры, сюрвейера, банки и другие финансовые учреждения, осуществляющие расчеты за логистические функции/операции, предприятия информационно- компьютерного сервиса и др.

3. Качество сервисных услуг в логистике

Оценка качества услуг при анализе и проектировании логистических систем должна основываться на критериях, используемых покупателями услуг для этих целей. Когда покупатель оценивает качество услуг, он сравнивает некоторые фактические значения параметров оценки качества с ожидаемыми им величинами этих параметров, и если эти ожидания совпадают, то качество услуг признается им удовлетворительным. Для каждого параметра оценки качества услуг имеются две величины (условные) — ожидаемая покупателем и фактическая. Разница между этими двумя величинами называется расхождением (рассогласованием) и оценивает степень удовлетворения покупателя качеством услуги. В западной экономической литературе это расхождение часто называют термином «разрыв» (gap).

Качество услуг в логистике будет определяться степенью расхождений между ожидаемыми и фактическими параметрами, хотя, конечно, оценка расхождений будет субъективна.

Одной из главных задач логистической службы является поиск оптимальной величины уровня обслуживания. Для этого необходимо анализировать параметры качества сервиса, определяя расхождения между ожидаемым и фактическим результатами.

4. Система логистического сервиса

Логистический сервис – представляет собой определенную совокупность услуг, оказываемых в процессе непосредственной поставки товаров потребителям, который является завершающим этапом продвижения материального потока по логистическим цепям.

Предметом логистического сервиса является определенный комплекс (набор) соответствующих услуг.

Объектами логистического сервиса выступают конкретные потребители материальных потоков.

Логистическое сервисное обслуживание потребителей может осуществляться как самим производителем, так и торгово-посреднической структурой, а также специализированными транспортно-экспедиционными фирмами. Это зависит от вида логистической системы, уровня требований потребителей и стратегии поставщика (производителя, торгового посредника).

Рассмотрим обобщенную схему логистического сервиса по структурным компонентам.

Сервисная логистика

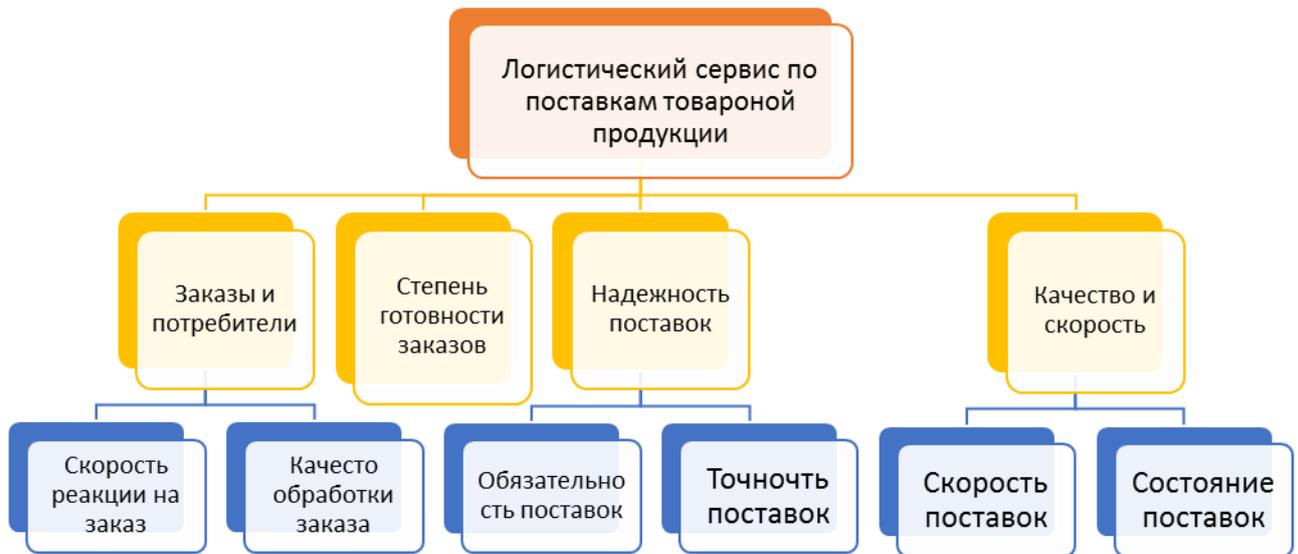


Рисунок 1 – Схема логистического сервиса

По временному параметру логистический сервис делится на 3 стадии:

Первая стадия – предпродажный: определение политики фирмы в сфере оказания услуг, а также планирование объема реализации услуг;

Вторая стадия – работы по оказанию логистических услуг: подбор ассортимента, упаковка, формирование грузовых единиц, предоставление информации о прохождении грузов и т.д.;

Третья стадия – послепродажный логистический сервис: гарантийное обслуживание, обязательства по рассмотрению претензий покупателей, обмен и т.д.

Логистические принципы требуют приоритета потребителя, вот почему важнейшим критерием оценки конкурентоспособности производителя (продавца) продукции становится содержание и уровень сервисного обслуживания. При этом содержанием сервиса принято считать совокупность технологических элементов обслуживания, организационную структуру сервисной службы, а уровнем сервиса - его качество в сочетании с ценой на каждую конкретную услугу. Комплексность услуг и качество их осуществления - вот основные показатели современного логистического сервиса.

Лекция 6

Транспортная логистика

1. Экономическая сущность транспорта и основные понятия транспортной логистики

Транспорт – это отрасль материального производства, осуществляющая перевозки людей и грузов. Транспорт - это совокупность транспортных средств, путей сообщения, а также сооружений и устройств на этих путях, вместе обеспечивающих перемещение грузов и людей из одного пункта в другой.

Транспорт как отрасль материального производства имеет свою продукцию. Эта продукция — перемещение. В отличие от других отраслей материального производства при транспортировке продолжается процесс производства в пределах процесса обращения и для процесса обращения. Процессы производства и потребления на транспорте не разделены во времени. Продукция на транспорте потребляется в процессе производства (перемещения) как его полезный эффект, а не вещь. Это можно проследить по формулам кругооборота капитала для промышленного и транспортного капитала.

Транспортная логистика имеет ключевую роль, связанную не только с большим удельным весом транспортных расходов в общем составе логистических издержек, но и в связи с тем, что без транспортировки невозможно продвижение материального потока. Транспортная логистика – это процесс перемещения нужного количества товара или полуфабриката в нужную географическую точку с издержками, сведенными к минимальному уровню.

Главная задача транспортной логистики – доставить определенный груз из начального в конечный пункт по более выгодному маршруту подходящим транспортом, в установленные заказчиком перевозки сроки и оптимизацией сопутствующих расходов.

Транспортная логистика решает следующие задачи:

- разработка транспортных систем, создание и отработка выгодных маршрутов, транспортных цепей и коридоров.
- организация процессов хранения и транспортировки грузов
- составление планов перевозок и оптимизация их относительно производственных и складских процессов.
- составление маршрута и оценка его рентабельности.
- подбор транспорта для выполнения перевозки и прочее.

Транспортировка – перемещение груза транспортным средством по определенной технологии в цепи поставок.

2. Виды транспортных перевозок

Существуют различные способы грузоперевозки, и на каждом виде транспорта установлены различные виды грузовых сообщений, отправок и скорости перевозок грузов.

Сервисная логистика

Железнодорожный транспорт - осуществляет перевозку пассажиров и грузов колесными транспортными средствами по рельсовым путям (поезда, трамваи, метрополитен, монорельс и пр.).

В зависимости от количества груза, принятого по одной накладной, перевозки выполняются мелкими, малотоннажными, повагонными, групповыми и маршрутными отправлениями.

Автомобильный транспорт - осуществляет перевозку грузов и пассажиров по безрельсовым дорожным путям, моторными транспортными средствами, имеющими как минимум 3 колеса (автобусы, грузовики, легковые автомобили, бронетранспортеры; но не мотоциклы или трактора).

Речной транспорт - осуществляет перевозки по внутренним водным путям (рекам, каналам, озерам).

Морской транспорт - осуществляет перевозку грузов и пассажиров по поверхности морей, океанов и прилегающих акваторий.

Воздушный транспорт - включает в себя как воздушные суда (самолеты, вертолеты, аэростаты), так и обслуживающую их инфраструктуру: аэропорты, диспетчерские службы, ангары и пр.

Трубопроводный транспорт - сооружение, предназначенное для транспортировки по трубе жидких и газообразных веществ, а также твердого топлива в виде раствора под воздействием разницы давлений в ее поперечных сечениях.

Перевозки могут производиться как самой компанией, так и сторонней организацией перевозчиком или экспедитором. Создать собственный автопарк или воспользоваться услугами перевозчика компания решает исходя из затрат в обоих вариантах, надежности перевозчиков и пр.

Перевозчики – осуществляют только физическое перемещение груза в пространстве, транспортировку.

Экспедиторы – кроме самой перевозки, оказывают ряд дополнительных услуг, таких как: оформление документов на груз, выполнение таможенных формальностей, погрузка/разгрузка, хранение, комплектация и контроль за состоянием груза, страхование и пр.

Кроме того, в процессе перевозок, важную роль играют и вспомогательные логистические партнеры - таможенные брокеры, страховые, охранные и информационные компании, предприятия по грузопереработке и упаковке, грузовые терминалы.

3.Выбор видов транспортного средства

Задача выбора вида транспорта решается во взаимной связи с другими задачами логистики, такими, как создание и поддержание оптимального уровня запасов, выбор вида упаковки и др. Основой выбора вида транспорта, оптимального для конкретной перевозки, служит информация о характерных особенностях различных видов транспорта.

Оценка различных видов транспорта в разрезе основных факторов, влияющих на выбор вида транспорта, 1 соответствует наилучшее значение.

Сервисная логистика

Вид транспортного средства	Факторы, влияющие на выбор транспортного средства					
	Время доставки	Частота отправления груза	Надежность соблюдения графика доставки	Способность перевозить разные грузы	Способность доставить груз в любую точку территории	Стоимость перевозки
Железнодорожный	3	4	3	2	2	3
Водный	4	5	4	1	4	1
Автомобильный	2	2	2	4	1	4
Трубопроводный	5	1	1	5	5	2
Воздушный	1	3	5	4	3	5

Экспертная оценка значимости различных факторов показывает, что при выборе транспорта, в первую очередь, принимают во внимание следующие:

- надежность соблюдения графика доставки;
- время доставки;
- стоимость перевозки.

Следует отметить, что данные таблицы могут служить лишь для приблизительной оценки степени соответствия того или иного вида транспорта условиям конкретной перевозки. Правильность сделанного выбора должна быть подтверждена технико-экономическими расчётами.

Лекция 7

Логистика в туризме

1. Понятие логистики в туристской сфере

Широкое внедрение логистики в туризме – это объективная необходимость, обусловленная усложнением задач управления, большими объемами информации, обрабатываемой в туристской сфере.

Логистика в туризме - наука о планировании, контроле и управлении операциями, совершаемыми в процессе формирования тура, доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также в процессе передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

Из этого определения следует, что логистика является системой, содержащей функциональные области, каждая из которых решает определенные проблемы. В состав системы входят:

Сервисная логистика

1. Информация - планирование туров, обработка заказов, прогнозирование спроса.
2. Перевозка туристов - выбор вида транспорта и компании-перевозчика.
3. Кадры, обслуживающие туристов. Важный составной элемент системы логистики.
4. Обслуживающее производство - подразделения логистики, которые обслуживают процесс формирования тура и оказания услуг потребителю. Производственные мощности и экономическая приспособляемость туристского предприятия имеют актуальное значение для функционирования логистической системы.

Логистика охватывает все этапы разработки туристского продукта, вплоть до его непосредственного потребления. Например, важнейшей задачей на туристском маршруте является своевременное предоставление автотранспорта к самолету, гостинице, на экскурсию.

Кроме перечисленного, логистика связывает задачи качества и безопасности с юридической ответственностью.

Цели и задачи логистики туризма на различных региональных уровнях различные. Если внедрение логистических принципов в управление турфирмой (микроуровень) позволяет сократить расходы и таким образом повысить эффективность деятельности туристического предприятия и увеличить его прибыль, то применение логистических подходов на высших таксономических уровнях (мезо, макро) дает возможность обеспечить устойчивое развитие туристического бизнеса в пределах туристско-рекреационной зоны, области, страны. На мега- и метауровне региональных логистических систем туризма рассматривают проблемы устойчивого развития туристической отрасли в масштабе туристических макрорегионов мира, выделяет Всемирная туристическая организация, и глобальные вопросы устойчивого развития туристической индустрии.

2. Материальные потоки в туризме

Материальный поток в туризме непосредственно связан с туристским продуктом, предназначенным для реализации туристских услуг. Он включает в себя потоки туристов, потоки услуг и потоки товарно-материальных ценностей, используемых для оказания этих услуг.

Потоковыми считаются процессы, охватывающие перемещение во времени и пространстве каких-либо объектов. Центральным звеном потоковых процессов в туризме является турист.

Особенность логистики туризма как отрасли сферы услуг заключается в определении потока туристов главным объектом изучения. Это объясняется тем, что путешествия относятся к тем видам услуг, в которых потребитель перемещается к производителю, а не производитель с его товаром — к потребителю.

в логистике туризма нужно учитывать и изучать в составе главного потока туристов:

- потоки клиентов (потенциальных туристов);
- потоки организованных туристов;

Сервисная логистика

- потоки самодельных («диких») туристов (что очень трудно в связи с нехваткой любой статистики).

Составляющими материального потока в туризме является поток услуг, предоставляемых туристу, к ним относятся следующие потоки:

- поток транспортных услуг;
- поток услуг размещения;
- поток услуг питания;
- поток услуг экскурсионного обслуживания;
- поток услуг гидов-переводчиков и аниматоров и т.д.

Особое место в туристском обслуживании занимают сопутствующие услуги, например, финансовые, информационные и другие.

В зависимости от вида туризма может быть предусмотрено оказание медицинских, спортивных, образовательных и других услуг, которые так же являются составляющей материального потока в логистике туризма.

Лекция 8

Сбытовая логистика

1. Цели, задачи и функции сбытовой (распределительной) логистики

Главная цель распределительной (сбытовой) логистики – доведение товара до потребителя с минимальными издержками.

Распределительная логистика представляет собой планирование и контроль над физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест изготовления до мест потребления. Она связана с товародвижением в области распределения. Распределение одного предприятия находится в тесном взаимодействии с закупкой на другом предприятии.

Основные отличия логистики распределения от логистики закупок заключаются в том, что: процессы распределения продукции и течение закупок проходят в разных звеньях области обращения.

Функциями распределительной логистики являются: выгодное распределение, реализация и продажа, а также определение потребительского спроса и организация его удовлетворения, накопление, сортировка и размещение запасов готовой продукции, установление хозяйственных связей по поставкам товаров и оказание услуг потребителям, выбор оптимальных форм товародвижения и организации торговли.

2. Логистические каналы и цепи сбыта

Логистический канал - это частично упорядоченное множество различных посредников, осуществляющих доведение материального потока от конкретного производителя до его потребителей.

Логистическая цепь - это линейно упорядоченное множество участников логистического процесса, осуществляющих логистические операции по доведению внешнего материального потока от одной логистической системы до другой.

Сервисная логистика

Уровень канала – это посредник, который выполняет работу по приближению товара и права собственности на него к конечному потребителю. Протяженность канала определяется по числу промежуточных уровней между производителем и потребителем.

Каналы распределения подразделяются на горизонтальные и вертикальные.



Рисунок 2 – Горизонтальные каналы распределения

Вертикальные каналы распределения состоят из звеньев, между которыми устанавливаются взаимосвязи. Распространенной бывает ситуация, когда участник канала распределения является собственником остальных. При этом среди участников процесса распределения вводятся иерархические отношения соподчинения, и канал работает как единое целое.

Сервисная логистика

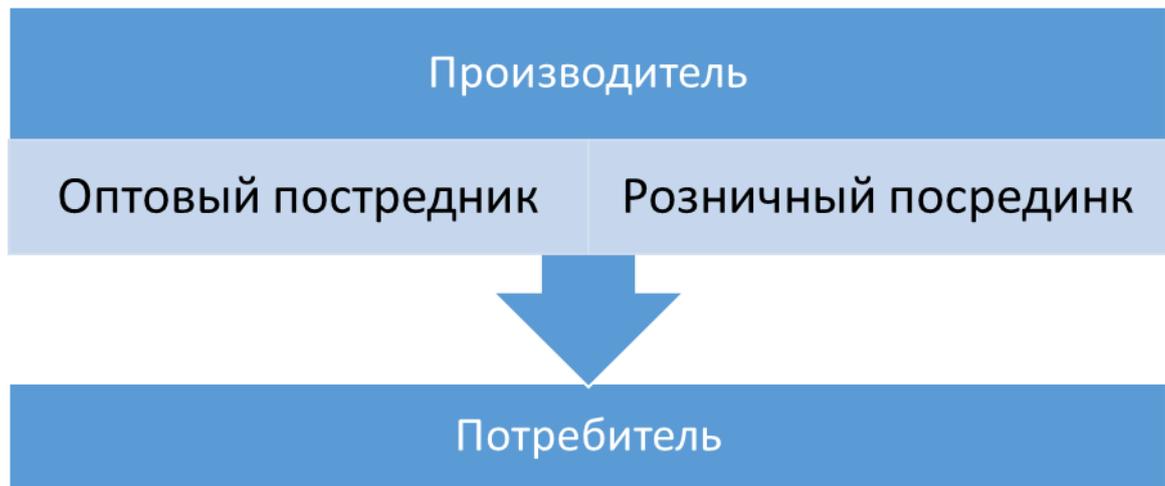


Рисунок 3 – Вертикальные каналы распределения

3. Виды посредников

Классификацию посредников проводят по двум основным признакам: от чьего имени работает посредник и за чей счет посредник ведет свои операции. Рассмотрим основные типы посредников.

Тип посредника	Признак классификации
Дилер	От своего имени и за свой счет
Дистрибьютор	От чужого имени и за свой счет
Комиссионер	От своего имени и за чужой счет
Агент, брокер	От чужого имени и за чужой счет

Дилеры – это оптовые (реже розничные) посредники, которые ведут операции от своего имени и за свой счет. Товар приобретается ими по договору поставки. Таким образом, дилер становится собственником продукции после полной оплаты поставки.

Дистрибьюторы – оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет. Как правило, производитель предоставляет дистрибьютору право торговать своей продукцией на определенной территории и в течение определенного срока. Таким образом, дистрибьютор не является собственником продукции.

Комиссионеры – это оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя. Комиссионер не является собственником продаваемой продукции.

Агенты – посредники, выступающие в качестве представителя или помощника другого, основного по отношению к нему лица (принципала). Как правило, агенты являются юридическими лицами. Агент заключает сделки от имени и за счет принципала.

Брокеры – посредники при заключении сделок, сводящие контрагентов. Брокеры не являются собственниками продукции, как дилеры или дистрибьюторы, и не распоряжаются продукцией, как дистрибьюторы, комиссионеры или агенты. В отличие от агентов брокеры не состоят в договорных отношениях ни с одной из

сторон заключающейся сделки и действуют лишь на основе отдельных поручений.

Лекция 9

Логистика запасов

1. Понятие и содержание логистики запасов

Логистические процессы, проходящие или внутри предприятия, или между предприятиями, охватывают движение материальных потоков и сопровождаются постоянным созданием запасов. Причина создания запасов заключается в необходимости сгладить различную интенсивность потоков, находящихся во взаимодействии.

Логистика запасов – это управление запасами предприятия, подразумевает интегрированный процесс, обеспечивающий операции с запасами внутри фирмы и вне ее – на всем протяжении цепи управления поставками.

На всем протяжении логистических цепей запасы присутствуют в том или ином виде.

Материальными запасами является находящаяся на разных стадиях производства и продвижения продукция.

Предмет изучения в логистике – не материальные ресурсы, а их перемещение в пространстве и во времени.

Можно рассматривать запас как материальный поток на конкретном временном интервале в ходе приложения к нему логистических операций.

При невозможности добиться синхронности между входящими и исходящими потоками создаются страховые запасы, создание которых оправдывается причинами:

- необходимостью подстраховаться, если собственные потребности или рыночный спрос оказываются больше запланированных;
- желанием компенсировать возможную неопределенность поставок или их запаздывание.

Сервисная логистика



Рисунок 4 – Виды запасов

2. Организация склада на предприятии

Перемещение материальных потоков в логистической цепи невозможно без концентрации в определенных местах необходимых запасов, для хранения которых предназначены соответствующие склады.

Склад – это любое место, где хранятся запасы материалов при прохождении через цепь поставок. Склад – это здания, сооружения и разнообразные устройства, предназначенные для приемки, размещения и хранения, поступивших на них товаров, подготовки их к потреблению и отпуску потребителю.

Основное назначение склада — концентрация запасов, их хранение и обеспечение бесперебойного и ритмичного снабжения заказов потребителей.

К основным функциям склада можно отнести следующие:

- преобразование производственного ассортимента в потребительский в соответствии со спросом – создание необходимого ассортимента для выполнения заказов клиентов;

Сервисная логистика

- складирование и хранение позволяет выравнять временную разницу между выпуском продукции и ее потреблением и дает возможность осуществлять непрерывное производство и снабжение на базе создаваемых товарных запасов;

- унитизация и транспортировка грузов. Для сокращения транспортных расходов склад может осуществлять функцию объединения (унитизацию) небольших партий грузов для нескольких клиентов, до полной загрузки транспортного средства;

- предоставление услуг. Очевидным аспектом этой функции является оказание клиентам различных услуг, обеспечивающих фирме высокий уровень обслуживания потребителей (подготовка товаров для продажи (фасовка продукции, заполнение контейнеров, распаковка, придание продукции товарного вида, предварительная обработка (например, древесины транспортно-экспедиционные услуги и т.д.).

Существует несколько основных проблем, успешное решение которых может гарантировать эффективное функционирование складского хозяйства. К ним относятся:

- выбор между собственным складом или складом общего пользования,
- количество складов и размещение складской сети,
- размер и место расположения склада,
- выбор системы складирования.

К настоящему времени сформировались три концепции управления запасами:

1. Концепция максимизации запасов.
2. Концепция оптимизации запасов.
3. Концепция минимизации запасов.