

Контрольная работа по Логистике
Тема: «Этапы развития логистики»

Содержание

1. Этапы развития логистики	3
2. Особенности логистического сервиса в логистике	13
Список использованной литературы:.....	17

WWW.STUDRESEARCH.RU

1. Этапы развития логистики

Логистика как искусство комплексного управления материальными и информационными потоками на пути от источника сырья до конечного потребителя применяется в мировой экономике более 30 лет, пройдя в своем развитии четыре этапа.

Первый этап приходится на конец 1960-х — начало 1970-х гг. В этот период логистика существовала большей частью как образ мышления, в практической же области этот период связан лишь с частичной оптимизацией распределения продукции (в США эта фаза получила название «физического распределения»). Востребованность подобной деятельности объясняется тем, что рынок покупателей претерпел качественные изменения, вследствие чего развивается теория маркетинга, при этом сервис поставок приобрел решающее значение в стратегии фирмы.

К этому времени фирмы стали концентрировать внимание на повышении качества поставок продукции, т.е. на улучшении работы в сфере распределения. Более полное распространение логистики было невозможным из-за недостаточного развития инфраструктурной базы материальных и информационных потоков, адекватных организационных форм, соответствующего хозяйственного механизма. На практике основное внимание было обращено на решение достаточно важных, но все же частных проблем: развитие складских комплексов и оперативных транспортных средств, информационных сетей и банков данных, методов управления материальными потоками на отдельных участках кругооборота средств обращения¹.

Второй этап приходится на вторую половину 1970-х — 1980-х гг. Основные факторы большей востребованности логистики в Западной Европе и Северной Америке — энергетический кризис и экспансия Японии в сфере производства и торговли. В этот период обозначились переход к задаче

¹ Гайдаенко А.А., Гайдаенко О.В. Логистика. – М.: Кнорус, 2008. – С. 19.

управления материальными потоками по всему воспроизводственному циклу, а также отличие логистического управления от управления физическим распределением продукции и от сквозного управления потоками материалов и информации.

До сих пор традиционные задачи по оптимальному размещению складов, оптимальному объему партии поставок, оптимальным схемам маршрутных перевозок решались по отдельности и независимо друг от друга. Так, если удавалось добиться относительного снижения стоимости перевозок, то это уже рассматривалось как показатель эффективности управления процессами транспортировки.

Для этого этапа развития логистики стала характерной оптимизация в сфере обращения. Было установлено, что оптимизации отдельных составляющих деятельности фирмы явно недостаточно, ибо любое изменение расходов в одном из видов деятельности фирмы (перевозка, производство, складирование) непременно оказывает влияние на сопряженные процессы, далеко не всегда благоприятное.

Так, стремление к максимальному снижению издержек на транспортировку может принести фирме значительные убытки, если при этом снижается скорость и особенно надежность поставки. В соответствии с логистической концепцией критерий экономической эффективности стали трактовать как минимум суммарных затрат на транспортировку, материально-техническое обеспечение и собственно производство².

Именно в начале этого этапа в научных разработках и хозяйственной практике в области координации складирования и транспортного обслуживания вместо термина «управление физическим распределением продукции» стали использовать термин «логистика». Такая перемена имела отнюдь не формальный характер: логистические исследования вышли за рамки управления физическим распределением продукции, в них нашел отражение более широкий круг вопросов, связанных с оптимальным ис-

² Степанов В. Логистика. – М.: Велби, 2007. – С. 14.

пользованием всего ресурсного потенциала фирмы. Минимизация издержек фирмы стала функцией комплекса экономико-организационных мероприятий.

Третий этап приходится на 1990-е гг. На этом этапе определяющей стала реализация принципа движения ресурсов и продукции «точно в срок» с широким использованием информатики и оптимизации производства.

Суть этого подхода заключается в том, что в основном производстве используется технология, позволяющая обходиться без создания существенных запасов материалов, сырья, полуфабрикатов и комплектующих изделий, в то время как в системе обеспечения предусматриваются поставки в строго определенное время через соответствующие интервалы. По этой технологии подача грузов в зону производственного потребления в необходимых случаях осуществляется с точностью до минуты. На этом этапе складываются элементы целостного выражения логистики. Сопоставляя массу продукции, которая находится в движении и на складах, с той, что включена непосредственно в производственный процесс, а также сравнивая время прохождения через эти звенья, можно сделать вывод о том, что производительность труда фирмы определяется пропускной способностью ее транспортно-складской системы. Из этого следует, что логистика как научная организация снабжения может способствовать увеличению товарного предложения фирмы и повышению ее конкурентоспособности.

Благодаря этому логистика рассматривается как один из факторов конкуренции и как современная рыночная концепция, для которой характерно признание коммерческой роли транспорта и материально-технического обеспечения в общей структуре фирм. Подразделения фирм, занимающиеся доставкой и хранением товаров и материалов и нередко характеризующиеся ранее как звено оптовой торговли, с существованием которого приходится мириться, стали приобретать соответствующие вес и зна-

чение. Теперь стратегия фирм разрабатывается с участием руководства этих структурных подразделений.

Четвертый, современный, этап развития логистики, наступление которого совпало с началом XXI столетия, следует назвать периодом глобализации, так как именно она является одной из основных тенденций развития экономики, выступая стимулятором всех современных инновационных процессов.

С макроэкономических позиций под глобализацией понимается процесс сближения и интеграции национальных рынков капитала, ценных бумаг, товаров, услуг, рабочей силы. При этом мировой рынок рассматривается не просто как совокупность этих рынков, а как целостное единое экономическое пространство, единый рынок с региональными и национальными подсистемами. В основе такой глобализации мировой экономики лежат следующие факторы:

- активное вовлечение в мирохозяйственные связи бывших социалистических стран;
- необходимость решения глобальных экологических проблем;
- ускорение научно-технического прогресса (НТП) и переход к постиндустриальному, информационному обществу³.

Глобализация бизнеса стимулирует развитие ресурсного потенциала фирм с целью получения максимально возможной прибыли. В глобальной логистической системе все ресурсы становятся «информационно-пространственно-временными». Пространственные возможности изыскания необходимых ресурсов несколько снижают степень их ограниченности для развитых стран, но при этом особое значение приобретает адекватный анализ потока информации, сопровождающей процесс поиска и использования этих ресурсов. При этом возрастает значение временного фактора, так как в интегрированном мировом экономическом и информационном пространстве инновационные решения в сфере научных исследований, вы-

³ Григорьев М.Н., Долгов А.П., Уваров С.А. Логистика. – М.: Гардарики, 2007. – С. 212.

соких технологий, управления достаточно быстро становятся достоянием конкурирующих компаний.

Развитие современных информационно-компьютерных технологий и телекоммуникационных систем создает новые возможности для построения и функционирования организационно-управленческих структур глобальных компаний. Пространство и время не являются препятствием для менеджмента этих фирм, как в собственном управлении, так и в интеграции (построении организационных отношений) со своими логистическими партнерами.

Существенные изменения в торговом, таможенном, налоговом, транспортном законодательстве многих стран в сторону либерализации приводят к созданию и развитию глобальных межгосударственных транспортных, телекоммуникационных, дистрибутивных и других макрологистических систем. Появляются международные логистические посредники, что и позволяет реализовывать глобальные логистические стратегии с учетом всех мировых рынков и оптимизации тотальных (совокупных) затрат.

Период глобализации является перспективой дальнейшего развития логистики в мировой экономике. Для этого этапа характерно усложнение всех проявлений рыночных отношений. Назовем некоторые современные факторы и тенденции развития логистики:

- увеличение числа транснациональных корпораций (ТНК), позиционирующих себя на международном рынке как глобальные компании;
- приход на национальные рынки глобальных компаний;
- усиление роли политического фактора в принятии решений по формированию и развитию транспортных коридоров (параллельных или в дополнение к ныне действующим);
- возрастание роли портов в привлечении грузопотоков;

- проникновение на национальные рынки транспортных услуг крупных зарубежных компаний;
- расширение перечня и повышение требований к качеству предоставляемых логистических услуг⁴.

Эти процессы непосредственно касаются становления и развития логистики и в России. Российские фирмы с начала становления рыночных отношений должны были воспринять современные логистические принципы. Сложность развития логистики в России состоит в том, что на каждом конкретном российском предприятии логистика находится на данном этапе развития (этапы развития логистики фирмы те же, что и для логистики в целом — фрагментация, становление, развитие, интеграция, глобализация). Поэтому следует констатировать неравномерность развития российской логистики.

Начиная с середины 1970-х гг. логистический менеджмент наряду с функциональными алгоритмами стал выполнять целеполагающую функцию, а логистическая политика, так же, как производственная, финансовая, кадровая и прочие, стала важной составляющей корпоративной стратегии фирмы.

В теории логистического менеджмента не до конца выяснены соотношения между такими категориями, как концепция и парадигма, что вызывает необходимость рассмотреть эти понятия более подробно.

В общепринятом смысле концепция (от лат. *conceptio*) — ведущий замысел, определенный способ понимания, трактовки какого-либо явления; внезапное рождение идеи, основной мысли. Под парадигмой (от лат. *para* — возле, около, мимо и *deigma* — образец, пример) понимают совокупность предпосылок, определяющих конкретное научное исследование (знание) и общепризнанных на данном этапе.

Как показывает современный опыт, получила признание концепция интегрированной логистики. Согласно ее положениям, логистика характе-

⁴ Аникин Б.Я., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика. – М.: Проспект, 2005. – С. 21.

ризуется как система согласования и регулирования (координации, взаимовязки) целей бизнес-процессов по направлению движения товарно-материального потока от поставщика первичных материальных (как правило, природных) ресурсов до конечного потребителя.

Известные американские специалисты по управлению логистическими процессами Д. Бауэрсокс и Д. Клосс рассматривают интегрированную логистику по двум направлениям развития. Во-первых, как интеграцию логистических операций внутри предприятия для образования ключевой сферы компетентности. При этом они отмечают, что интеграция всей системы обеспечивает намного более значительные результаты деятельности, нежели разрозненное управление отдельными функциями. Во-вторых, как интеграцию внешних операций, т.е. логистика представляется как сфера компетентности, которая связывает компанию с ее потребителями и поставщиками.

Определение логистики следует трактовать как теорию и практику управления процессами движения совокупности материальных, финансовых, трудовых, правовых и информационных потоков в структурах рыночной экономики. Основная концептуальная идея логистики состоит в необходимости приспособления фирмы к изменяющейся рыночной обстановке, расходуя на это как можно меньше в данных условиях средств.

Логистика при этом является полипредметной и многофункциональной и представляется как:

- современная стратегия хозяйствующих субъектов, целеполагающим фактором которой является ресурсосберегающий алгоритм предпринимательской деятельности;
- наука о движении совокупности материальных, информационных, финансовых, кадровых потоков в системе рыночной экономики;
- методология управления (планирования, организации и контроля) процессом перемещения и хранения в сфере заготовки сырья и материалов, доведения их до производственного предприятия (внут-

- ри заводской переработки) и доставки готовой продукции конечному потребителю;
- системный подход, рассматривающий движение и развитие материальных, информационных, финансовых и кадровых ресурсов в категориях потоков и запасов;
 - алгоритм организации рационального движения материальных потоков и сопутствующих им информации и финансов на всех стадиях производственного процесса (материально-техническое обеспечение, производство, сбыт);
 - функциональный менеджмент в системе управления фирмой;
 - вид предпринимательской деятельности, специализирующейся на хранении и доставке товарно-материальных ресурсов потребителям⁵.

Под потоком ресурсов следует понимать интегрированный логистический поток, т.е. систему материальных, информационных, финансовых и правовых потоков. Оптимизация означает привлечение источников повышения эффективности фирмы: для внешней среды — это оптимизация хозяйственных связей, для внутреннего вектора — оптимизация стратегического и оперативного управления совокупностью ресурсов фирмы. При этом деление на внешний и внутренний потоки относительно условно, поскольку движение ресурсов и продукции должно рассматриваться как единое целое, а хозяйственные связи входят в совокупные ресурсы фирмы (технические, технологические, пространственно-организационные, кадровые, финансовые, коммуникационные, информационные, организационно-управленческие и организационно-правовые).

Дальнейшее развитие логистики невозможно без ее компьютеризации. Использование компьютеров и современных информационных коммуникаций предоставляет богатые возможности для рационализации деятельности всех участников логистической цепи. Автоматическая система контро-

⁵ Неруш Ю.М. Логистика. – М.: Проспект, 2007. – С. 24.

ля четко следит за такими показателями, как наличие полуфабрикатов и выпуск готовой продукции, состояние производственных запасов, объем поставки материалов и комплектующих деталей, степень выполнения заказа.

В настоящее время осуществляется проработка ряда теоретических проблем. Так, в целях максимального сокращения издержек за срок службы продукции предлагается расширить понятие «концепция логистики», включив в него весь жизненный цикл продукции (от этапа проектирования до утилизации вторичного сырья и отходов).

В России важно определить экономические зоны первоочередного применения логистики. Монополизация в широком смысле существенно ограничивает возможности ее использования. При отсутствии конкуренции как побуждающего мотива деятельности не остается места для логистического мышления. Необходимым условием для развития отечественной логистики является ликвидация экономических предпосылок для воспроизводства монополистических тенденций. В противном случае невозможно создать условия для развития конкуренции, основанной на свободном выборе партнеров, ценообразовании и формировании заказов, исходя из рыночной конъюнктуры. А именно эти условия определяют наличие экономической среды, адекватной рыночным отношениям, и только при их наличии можно говорить об эффективном применении в отечественной экономике логистических методов управления.

При монополии как предприятий-производителей, так и организаций-посредников неизбежно перестает работать саморегуляция рыночного механизма со всеми вытекающими из этого негативными последствиями, включая ограниченные возможности по применению логистики. Потому во всех развитых странах государственное регулирование рыночных отношений направлено прежде всего на создание и поддержание условий, обеспечивающих их саморегуляцию. В условиях рыночной экономики государство должно проводить широкий комплекс мер противодействия мо-

нопольным устремлениям рыночных субъектов. Лишь при достижении соответствующего уровня развития российской рыночной экономики логистика будет востребована в полной мере.

WWW.STUDRESEARCH.RU

2. Особенности логистического сервиса в логистике

Использование логистического сервиса помогает предприятиям систематизировать процесс, наладить взаимосвязь между предприятием и службами сервиса. Осуществляется логистический сервис либо самим поставщиком, либо экспедиторской фирмой, специализирующейся в области логистического сервиса.

Весь перечень работ проводящихся в области логистического сервиса можно разделить на три основные группы:

- Работы, связанные с предпродажной подготовкой товара.
- Услуги, оказываемые в процессе продажи товаров.
- Сервисное обслуживание проданного товара.

Ориентируясь на запросы покупателей, готовая продукция может пройти предпродажную подготовку. Например, если это электронная или механическая продукция, то она как правило требует обязательного проведения тестирования или наладки. Для выполнения этих функций не обязательно создавать отдел или увеличивать штат сотрудников, достаточно подготовить и обучить продавцов сервисному обслуживанию техники.

В процессе реализации товаров могут оказываться разнообразные логистические услуги, например:

- наличие товарных запасов на складе;
- использование заказа, в том числе подбор ассортимента, упаковка, формирование грузовых единиц и другие операции;
- обеспечение надежности доставки;
- предоставление информации о прохождении грузов⁶.

Послепродажные услуги — это гарантийное обслуживание, обязательства по рассмотрению претензий покупателей, обмен и т.д. Создание реестра проданных товаров позволяет точно определить перечень качествен-

⁶ Логистика в малом бизнесе // <http://www.dist-cons.ru/modules/logistic/section6.html>

ных товаров, выявлять постоянный брак и делать предложения по исправлению этого брака. Весь перечень послепродажных услуг должны осуществлять специализированные сервисные службы, имеющие определенный опыт.

Покупатель при выборе готовой продукции принимает во внимание возможности производителя в области логистического сервиса, т.е. на конкурентоспособность поставщика влияет ассортимент и качество предлагаемых им услуг. С другой стороны, расширение сферы услуг сопряжено с дополнительными затратами.

Перечень логистических услуг и значительный диапазон, в котором может меняться их качество, влияние услуг на конкурентоспособность фирмы и величину издержек, а также ряд других факторов подчеркивают необходимость для фирмы иметь точно определенную стратегию в области логистического сервисного обслуживания потребителей.

Последовательность действий по формированию системы логистического сервиса на фирме осуществляется по следующей схеме:

- Сегментация потребительского рынка.
- Определение наиболее значимых услуг для покупателей.
- Ранжирование услуг.
- Определение стандартов услуг в разрезе отдельных сегментов рынка.

Оценка оказываемых услуг, установление взаимосвязи между уровнем сервиса и стоимостью оказываемых услуг, определение уровня сервиса, необходимого для обеспечения конкурентоспособности компании.

Установление обратной связи с покупателями для обеспечения соответствия услуг потребностям покупателей.

Для уменьшения затрат, связанных с оказанием сервисных услуг, ресурсы компании концентрируются на предоставлении покупателям выявленных, наиболее важных для них услуг.

Важным критерием, позволяющим оценить систему обслуживания, как с позиции поставщика, так и с позиции получателя услуг, является уровень логистического сервиса.

Расчет данного показателя можно осуществить по следующей формуле:

$$П = m / M \times 100\%,$$

где $П$ — уровень логистического сервиса,

M — количественная оценка фактически оказываемого объема логистического сервиса,

m — количественная оценка теоретически возможного объема логистического сервиса⁷.

Для оценки уровня логистического сервиса выбираются наиболее значимые виды услуг, т.е. услуги, оказание которых сопряжено со значительными затратами, а не оказание — с существенными потерями на рынке.

Как правило увеличение объема производства за счет количества или ассортимента сопровождается ростом уровня сервиса. Эти два фактора — увеличение объема производства и сервисных услуг тесно взаимосвязаны. Т.е. с одной стороны, повышаются расходы на сервис, а с другой — ростом объема продаж и, соответственно, ростом доходов. Задача, стоящая перед службой логистики заключается в поиске оптимальной величины уровня сервиса, с необходимыми количественными и качественными показателями.

Убыточность торгового процесса при низких значениях логистического сервиса возникает на развитых рынках услуг. Допустим, предприятие оптовой торговли намеревается работать на развитом рынке оптовых услуг с широтой ассортимента в пределах 10% от предлагаемого конкурентами. Затраты по созданию ассортимента могут не окупаться в связи с низкой заинтересованностью покупателей в условиях этого оптовика и, соответственно, низким объемом продаж.

⁷ Логистика в малом бизнесе // <http://www.dist-cons.ru/modules/logistic/section6.html>

Оптимальное значение уровня сервиса можно найти также сложив затраты на сервис и потери на рынке, вызванные снижением уровня сервиса.

Для оценки качества логистического сервиса применяются следующие критерии:

- надежность поставки;
- соблюдение указанного в договоре полного время от получения заказа до поставки партии товаров;
- способность учитывать особые пожелания клиентов (гибкость поставки);
- наличие запасов на складе поставщика;
- возможность предоставления кредитов, а также ряд других.

Список использованной литературы:

1. Аникин Б.Я., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика. – М.: Проспект, 2005. – 432 с.
2. Гайдаенко А.А., Гайдаенко О.В. Логистика. – М.: Кнорус, 2008. – 272 с.
3. Григорьев М.Н., Долгов А.П., Уваров С.А. Логистика. – М.: Гардарики, 2007. – 475 с.
4. Логистика в малом бизнесе // <http://www.dist-cons.ru/modules/logistic/section6.html>
5. Неруш Ю.М. Логистика. – М.: Проспект, 2007. – 517 с.
6. Степанов В. Логистика. – М.: Велби, 2007. – 488 с.