

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ.....	5
1.1 Логистический сервис предприятия: методы, принципы.....	5
1.2 Логистический подход к управлению в сервисной деятельности.....	15
1.3 Разработка управленческого решения.....	21
ГЛАВА 2. ЛОГИСТИЧЕСКИЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ДЕДОГОР».....	26
2.1 Организационно-экономическая деятельность предприятия.....	26
2.2. Содержание логистического сервиса предприятия.....	36
2.3. Оценка системы логистического метода предприятия.....	39
ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО МЕТОДА УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	44
3.1. Недостатки в развитии логистического сервиса и пути их устранения	44
3.2 Формирование системы логистического сервиса предприятия	47
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	50
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	54

ВВЕДЕНИЕ

Важность логистического сервиса в процессе предоставления услуг предприятий и компаний непрерывно возрастает. Этому способствует множество причин, главной из которых является ориентация деятельности предприятий и компаний на конечного потребителя. При этом логистический подход обеспечивает наиболее полное удовлетворение потребителей услуг в соответствии с их запросами.

С переходом к рыночной экономике изменились приоритеты в сервисной деятельности как таковой. Потребители диктуют правила предоставления услуг, давая оценку не только услугам, но и их качеству. Вследствие чего предприятия устанавливают жесткие нормативы ведения хозяйственной деятельности, в связи с чем сформировался устойчивый принцип: удовлетворение нужд потребителей – важнейший фактор, влияющий на деятельность предприятия в целом и формирующий потребности логистики на предприятии.

Понятие логистики в России зародилось не более двух десятилетий назад и не сформировано по настоящее время, но, тем не менее, логистика нашла свое место на Российском рынке и превратилась в эффективный инструмент управления бизнесом. Внедрение современного логистического менеджмента позволяет сократить складские запасы, следовательно, происходит сокращение складских площадей, снизить себестоимость перевозок, сократить затраты на выполнение работ, улучшить координацию логистических и производственных процессов.

С активизацией логистического подхода к управлению предприятиями происходит смещение акцентов на процессное управление, объектом которого становятся бизнес-процессы. Это обуславливает актуальность

оптимизации организационной структуры предприятий, вовлеченных в бизнес-процессы, необходимость все большей гибкости и мобильности их структур. Таким образом, вопросы структурных преобразований приобретают особую актуальность. Логистизация управленческих процессов обуславливает необходимость оптимизации организационных структур, что в свою очередь активизирует антикризисные процессы реструктуризации компаний. Все это представляет собой сложное многофакторное явление, интегрированное в конкретную микросреду.

Важность качественных логистических услуг сложно переоценить. Они востребованы в самых разных торгово-производственных сферах экономики. В то же время их развитие тесно взаимосвязано с развитием экономики в целом. Рынок логистических услуг в России находится в фазе формирования. Специализированные логистические компании начали формироваться в нашей стране к моменту распада СССР. За более чем два десятилетия, безусловно, в формировании рынка логистических услуг были достигнуты значительные успехи, однако до сих пор существует и ряд сложностей, которые еще предстоит преодолеть. Многие российские предприятия после реструктуризации и/или передела собственности приходят к необходимости определить свою рыночную стратегию, учитывающую растущую потребность клиентов в качественном логистическом обслуживании.

Объектом исследования выступает ООО «Дедогор».

Предмет исследования данной работы - сервис, оказываемый предприятием ООО «Дедогор».

Целью работы является совершенствование логистической составляющей механизма управления предприятий и компаний.

Для реализации данной цели необходимо решить следующие основные задачи:

- обобщить научно-теоретические подходы к содержанию логистики;
- выявить проблемы эффективности логистического сервиса и их классификацию;
- проанализировать логистический сервис на примере действующей организации;
- выявить недостатки в системе логистики сервисной деятельности предприятия и предложить пути улучшения.

Работа состоит из трех глав, а так же введения, заключения, списка литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

1.1 Логистический сервис предприятия: методы, принципы

Логистика - это наука, которая управляет материальными потоками, потоками услуг и связанными с ними информационными и финансовыми потоками, а также оптимизирует их, в определенной микро-, мезо- и макроэкономической системе для достижения поставленных перед ней целей.

Рассматривая логистику с точки зрения бизнеса – это единый инструмент менеджмента, способный достигать тактических, стратегических, оперативных целей организации бизнеса за счет снижения общих затрат и удовлетворения требований конечных потребителей к качеству продуктов и услуг, методом управления материальными и сервисными потоками, а также сопутствующими им потоками информации и денежных средств.

Логистика – это молодая и стремительно развивающаяся экономическая наука, поэтому в настоящее время ее понятие и термины постоянно уточняются, дополняются и корректируются новым содержанием.

Определение логистики называют основными причинами:

- применение логистики в экономической деятельности с историческим периодом;
- максимальное наличие функциональных и ресурсных направлений в логистике;
- междисциплинарным характером логистике и сочетание в ней экономических и инженерно – технических дисциплин;

- использование в языке логистики максимального количества терминов из различных дисциплин;

- неправильным понятием, а также переводом терминов логистики в международных странах;

- существований в мире различных школ всех национальностей в которой изучают специальность «логистика», например германской, турецкой, китайской (в том числе и российской с ее региональными представительствами) школы.

Логистика понимается как:

1. Научная дисциплина

- об управлении (материальными, финансовыми, информационными и сервисными) потоками в системах [3];

- изучающая законы и закономерности свободной рыночной экономики, связанные с закупками и перемещением товаров в целях достижения надежности гибкости производства и торговли [4].

2. Наука

- об управлении экологосоциальными – экономическими системами посредством оптимизации потоковых процессов, происходящих в этих системах;

- об управлении и оптимизации материальных потоков, потоков услуг и связанных с ними информационных и финансовых потоков в определенной микро, мезо или макроэкономической системе для достижения поставленных перед ней целей;

- об управлении материальными и связанными с ними информационными, финансовыми и сервисными потоками в экономической системе от места их зарождения до места потребления для достижения целей системы с оптимальными затратами ресурсов [21].

3. Научное направление

- связанное с разработкой определенных методов управления материальными и подходящими информационными и финансовыми потоками в условиях перехода свободного рынка к регулируемой рыночной экономике;

- основной функцией, которого является сквозная организационно-аналитическая оптимизация экономических потоков, в том числе потоковых процессов в формах производственно коммерческой деятельности, коммерческой и др.

4. Интегральный инструмент

- менеджмента, способствующий достижению стратегических, тактических или оперативных целей организации бизнеса за счет эффективного, с точки зрения снижения общих затрат и удовлетворение требований конечных потребителей к качеству продуктов и услуг, управление материальными или сервисными потоками, а также сопутствующими им потоками информации и финансовых средств [20];

- управления материальным потоком и связанными с ним информационными, финансовыми потоками и сервисом, способствующий достижению целей организации с оптимальными затратами.

5. Научный инструментарий эффективного взаимодействия производительных сил общества путем системной интеграции и оптимизации материальных, товарных и информационных потоков.

6. Теория и практика планирования, организации, функционального управления и контроля процессов движения совокупности материальных, финансовых, трудовых, правовых и информационных потоков в системе рыночной экономики.

7. Сфера управленческой, информационной и финансовой деятельности по регулированию целостного процесса движения сырья и материалов, а также обеспечивающих услуг от их закупок до предоставления потребителям конечной продукции требуемого качества и оптимальной стоимости.

8. Научно- практическое направление деятельности по интеграции управления процессами движения совокупности материальных, информационных, финансовых, трудовых и правовых потоков в экономических системах.

9. Один из прикладных разделов менеджмента, изучающий закономерности организации и управления материальными и сопутствующими им другими потоковыми процессами в экономических системах различных уровней [24].

В сфере экономики логистика может рассматриваться с двух сторон: с одной стороны, совокупность средств и методов рациональной организации материаловложения в предпринимательской деятельности, с другой стороны, методология управления экономическими потоковыми процессами в сложных хозяйственных системах.

Логистика характеризуется объединением в предпринимательской деятельности таких направлений, как транспортировка и доставка материальных ресурсов (сырье, материалы, полуфабрикаты, топливо, запчасти), их складирование и складская переработка, хранение и управление запасами товарно-материальных ценностей, финансовое обеспечение и информационное обслуживание материальных потоков. [1] Применительно к сфере сервиса можно сделать вывод, что цель логистики заключается в предоставлении необходимых услуг, в необходимом количестве, по доступной цене, в определенное время и место, по оптимальным маршрутам и с минимальными издержками, посредством оптимизации подхода

сервисного потока, а также сопутствующих информационного и финансового потоков.

В другом случае логистика - это процесс сквозной организационно-аналитической оптимизации сложных экономических систем, к числу которых относятся производственно-коммерческие, торгово-закупочные и другие потоково-процессные хозяйственные системы.

Таким образом, логистика - это наука об управлении материальными и связанными с ними информационными, финансовыми, сервисными и другими потоками с целью оптимизации функционирования хозяйственных систем на основе эффективного использования всех видов ресурсов.

Логистика заключается в рассмотрении всех областей деятельности предприятия – логистика снабжения, производства, сбыта, включая транспортировку и хранение, также движения продукта труда и информации, определяющей это движение.

Концепция логистики изменила приоритеты в деятельности предприятия, важными из которых стали:

- стремление к наиболее быстрому удовлетворению спроса и возможность реагирования без промедления на изменения рыночного спроса, в том числе за счет создания свободных мощностей;
- минимальный срок прохождения оборотных средств через предприятие;
- достижение высокого качества выпускаемой продукции;
- качество сервисного обслуживания и повышение надежности поставок продукции. [5]

Можно выделить факторы влияющие на затраты в процессе выполнения условий реализации концепции логистики и определяющие результаты, проявляющиеся в уровне сервисного обслуживания компаний (рис. 1).



Рисунок 1. Концепция логистики

Если выполнены следующие семь условий: есть нужная услуга, необходимого качества, в необходимом количестве, доставлена конкретному потребителю, в нужное время, в нужное место с минимальными затратами, то цель логистической деятельности считается выполненной.

Задачи логистики делятся на общие и частные:

К общим задачам относятся:

- создание сложной системы регулирования и контроля движения информационных и материальных потоков, обеспечивающей высокое качество поставки продукции.

- быстрое привыкание предприятия (или иного агента рынка) к изменяющейся рыночной обстановке, рост его доли на рынке, рост конкурентоспособности. [3]

Выполнение этих задач необходимо осуществить с минимальными суммарными затратами. При этом локальная выгода не должна быть самоцелью. Не взятое в расчет тесной связи логистики с активной рыночной стратегией часто приводит к необдуманным потерям и утрате самих рыночных преимуществ.

Грамотное выявление и управление логистическими затратами позволяет снизить себестоимость продукции и обнаружить «лишние» процессы, от которых можно отказаться (так называемое «вертикальное время» в логистическом цикле). Для достижения еще больших результатов службе логистики необходимо искать и находить конкурентные преимущества и за пределами сферы непосредственной деятельности предприятия. Одним из главных на сегодняшний день резервов повышения ценности и сокращения затрат является повышение эффективности взаимодействия с партнерами по цепи поставок. Под цепью поставок мы понимаем цепь доставки продукции, услуг от источника сырья и материалов до конечного потребителя посредством материальных, информационных и финансовых потоков. Цепь поставок включает в себя всех поставщиков, провайдеров услуг и потребителей, осуществляющих материальные и информационные обмены от источника сырья до доставки готовой продукции конечному пользователю [30].

Это требует решения таких частных задач:

- определение технологии оптимального перемещения ресурсов и товаров;
- настоящей проверки в определенное время материального потока (сырье, материалы, топливо, запчасти) и передача информации о материальном потоке в единую службу;
- правильная оценка информационного, материального и прочих потоков;
- минимизация расхождения между потребностями и возможностями закупки и производства;
- унификация требований к качеству товаров;
- разработка способов управления операциями по движению товаров;

- совместное планирование объемов производства, транспортировки и складирования;
- создание минимальных производственных запасов;
- соблюдение норм стандартизации форм готовой продукции и упаковки;
- максимальное сокращение времени хранения и транспортировки готовой продукции;
- выявление центров возникновения потерь времени, нерационального использования материальных и трудовых ресурсов и пр.[1]

Поток – совокупность объектов, воспринимаемых как единое целое, существующая как процесс на некотором временном интервале и измеряемая в абсолютных единицах за определенный период.

Таким образом поток, является динамической системой, статистическим состоянием которого выступает запас.

Запас – множество объектов в наличии, в конкретный момент времени, измеряется в абсолютных единицах.

Поток - управляемая система, которая характеризуется следующими основными параметрами (таблица 1).

Таблица 1. Параметры потоков

Наименование параметра	Характеристика параметра
Начальная точка	Момент зарождения потока
Конечная точка	Момент прекращения существования потока
Траектория	Характеризует конфигурацию продвижения потока между начальной и конечной точками
Длина пути	Мера траектории, т. е. выражение траектории в единицах длины
Скорость	Характеристика движения потока, численно равная (при равномерном движении) отношению пройденного пути (S) к промежутку времени (f)
Время	Категории путь (S), скорость (V) и время (f) связаны следующей зависимостью: $S = V \times t$
Промежуточные пункты	Точки на пути движения потока, определяющие траекторию
Интенсивность (мощность)	Представляет количество перемещаемых объектов в единицу времени

Перечисленные параметры характеризуют любой поток. Конкретный вид потока предопределяет свою характеристику параметра, собственную модель и соответствующую специфику управления.

Максимальное количество факторов, влияющих на состояние управляемых систем, показывает, что потоки часто носят альтернативный характер в силу внутренних противоречий процесса движения и порождаемых этим ситуаций.

Данное обстоятельство принимается для классификации потоков по альтернативному признаку.

Выделяются следующие основные виды потоков:

- информационные;
- материальные;
- финансовые;
- сервисные;
- поток человеческих ресурсов и др.

Сервисные потоки – потоки сервисных услуг (товарно-нематериальных ценностей, нематериальной деятельности), которые обеспечивают в процессе осуществления логистических операций максимальное удовлетворение спроса потребителей с минимальными издержками.[3]

Эпоха потребителя как бизнес-приоритет усилила роль сервисной логистики. Поэтому все чаще употребляются понятие «управление сервисными потоками» (SR-действия), по аналогии с действиями по управлению материальными потоками (SC-действия) и «логистика сервисного отклика» (SRL — ServiceResponseLogistics).

Логистический поток – это комплекс услуг, оказываемых в процессе поставки товаров, и является совокупностью нематериальных логистических операций, обеспечивающих максимальное удовлетворение спроса

потребителей в процессе управления потоками всех видов (материальными, информационными, финансовыми, потоками человеческих ресурсов, сервисными) оптимальным (по критерию затрат) способом. Логистический поток особенно важно влияет на конкурентоспособность товара и качество.

Логистический поток осуществляется самим поставщиком товара или логистическим оператором (провайдером). Логистический поток взаимодействует с процессом распределения, а так же обязательно должен соответствовать определенному уровню обслуживания.

Из выше сказанного, следует, что поток является динамической категорией, которая характеризуется такими основными параметрами, скорость, траектория, время и дальность. Цель сервисного потока - обеспечить максимальное удовлетворение спроса потребителей с минимальными издержками в процессе осуществления логистических операций.

1.2 Логистический подход к управлению в сервисной деятельности

Логистический сервис – это совокупность нематериальных логистических операций обеспечивающих максимальное удовлетворение спросом потребителей в процессе управления материальными и информационными потоками, наиболее оптимальным, с точки зрения затрат, способом.

Основными принципами сервиса в логистике являются:

- полное соответствие требованиям потребителей к характеру потребляемых изделий;
- неразрывная связь сервиса с маркетингом;

- гибкость сервиса, направленность на учет меняющихся требований рынка.

Чье-либо действие, приносящее пользу, помощь другому является услугой.

Работа по оказанию услуг называется сервисом [5].

Объект логистического сервиса - производственные предприятия, различные распределительные центры и конечные потребители.

Осуществляется логистический сервис либо самим поставщиком, либо посредником, который участвует в производственно – сбытовом процессе и специализируется в области сервисного обслуживания [6].

В области логистического сервиса производятся следующие виды работ:

1. Предпродажные - определение политики фирмы в сфере оказания услуг, планирование услуг:

- определение требований к предпродажному обслуживанию продукции на стадии разработки совместно с потребителем;

- подготовка кадрового состава для проведения эксплуатационных и ремонтных работ;

- подготовка и выпуск необходимой технической документации [16].

2. В процессе продажи:

- хранение товарных запасов на складе;

- исполнение заказа, включая подбор ассортимента, упаковку, комплектацию, формирование грузовых единиц, проведение погрузочно-разгрузочных работ и др.;

- обеспечение надежности доставки;

- предоставление информации о прохождении грузов.

3. Послепродажные – совокупность предоставляемых услуг, необходимых для обеспечения эффективного функционирования продукции

в течение всего жизненного цикла продукции; гарантийное обслуживание, обязательства по рассмотрению претензий покупателей, обмен и т.д.

- определение услуг, предоставляемых потребителю после продажи продукции;

- установление порядка послепродажного обслуживания продукции в процессе обсуждения условий ее поставки;

- разработка системы замены продукции на ее современные модификации и утилизации старой продукции

- подготовка необходимой инфраструктуры для обеспечения послепродажного обслуживания;

4. Информационное обслуживание представляет собой передачу информации о продукции и ее обслуживании потребителю с использованием современных технических средств обработки и передачи информации.

5. Финансово-кредитное обслуживание представляет совокупность всевозможных вариантов оплаты продукции, систему лояльности и льгот потребителям [15].

При выборе поставщика потребитель обращает внимание на возможности того в области логистического сервиса, следовательно, на конкурентоспособность поставщика влияет не только ассортимент товаров и услуг, но и их качество [19].

Последовательность действий по формированию системы логистического сервиса на фирме представлена на рис. 2.

Определение стандартов услуг можно осуществить, проводя различные опросы.

Оценка предоставленных услуг осуществляется различными способами. Например, уровень надежности поставки можно измерить долей оставленных в срок партий.

Видно, что логистический сервис представляет управление потоками услуг, являясь самой важной составляющей на всех стадиях логистической цепи, и может предоставляться и поставщиком, и посредником.

Формирование системы логистического сервиса на фирме начинается с сегментации потребительского рынка с целью разделения потребителей на группы, поскольку каждая группа потребителей нуждается в определенной услуге либо одной услуге, но разного качества.

Сегментация потребительского рынка может осуществляться по географическому принципу, по характеру сервиса или по любому другому признаку (рис. 2).



Рисунок 2. Последовательность действий по формированию системы логистического сервиса на фирме [15]

Логистический сервис является важным критерием оценки системы обслуживания, как с позиции получателя услуг, так и с точки зрения поставщика.

Для оценки уровня логистического сервиса необходимо выбирать наиболее важные виды услуг, те услуги, оказание которых связано со средними затратами, а не оказание с существенными потерями на рынке.

Для оценки качества логистического сервиса применяются следующие критерии:

- наличие заказов на складе поставщика;
- гибкость поставки;
- надежность поставки;
- полное время от получения заказа до поставки партии товаров;
- предоставления кредитов и ряд других [5].

Надежность поставки – это способность поставщика соблюдать указанные договором сроки поставки в установленных пределах. Надежность поставки заключается в соблюдении сроков выполнения отдельных видов работ, которые включают в себя процесс поставки [2].

Существенным фактором, влияющим на надежность поставки, является наличие предусмотренных договором обязательств (гарантий), при которых поставщик несет ответственность в случае невыполнения сроков поставки.

Ограниченное время от начала выполнения заказа до окончательной доставки партии товара, включает в себя следующее:

- время оформления заказа;
- время изготовления (это время добавляется к сроку поставки, если заказанные товары сначала должны быть еще и изготовлены);
- время упаковки;
- время погрузки;
- время доставки.

Соблюдение срока поставки зависит от того, насколько точно выдерживаются перечисленные выше составляющие этого срока.

Гибкость поставки - это система, которая ведет учет, особого положения или пожелания клиентов:

- изменения формы заказа;
- изменения способа передачи заказа;
- изменения вида тары и упаковки;
- отзыва заявки на поставку;
- получения клиентом информации о состоянии заказа;
- жалобы при некомплектных поставках [2].

Таким образом, для оценки системы обслуживания определены критерии качества системы логистического сервиса.

Как видно, логистический сервис представляет управление потоками услуг, являясь важной составляющей на всех стадиях логистической цепи и может осуществляться и поставщиком, и посредником.

1.3 Система качества сервисной логистики

Качество обслуживания потребителей – это интегральный показатель, охватывающий комплекс логистических параметров (количество выполненных заказов, срок доставки, время ожидания постановки заказа на исполнение, длительность цикла обслуживания и т.п.).

Система качества обслуживания потребителей – совокупность организационной структуры, процедур, процессов и ресурсов, необходимых для обеспечения требуемого уровня обслуживания потребителей.

Политика качества включает:

1. Обязательство, принятое руководством предприятия относительно качества обслуживания потребителей.

2. Документацию, в которой представлены обязательные для всего предприятия принципы, цели и стратегии по качеству.
3. Процедуру, которая обеспечивает знание сотрудниками всех функциональных подразделений предприятия принципов и целей относительно качества и выполнение их в повседневной работе.

Руководство по соблюдению качества обслуживания потребителей в краткой форме содержит:

1. принципы контроля над качеством обслуживания потребителей;
2. описание организационной структуры предприятия;
3. описание процессов обслуживания потребителей;
4. описание ответственности персонала функциональных подразделений предприятия;
5. необходимые ссылки на нормативную, техническую и управленческую документацию.

Основные принципы качества обслуживания потребителей:

1. Ориентация на удовлетворение нужд потребителей;
2. Ориентация на функциональный процесс;
3. Ориентация системы обслуживания потребителей на предотвращение ошибок, сбоев и несоответствий;
4. Ориентация на совершенствование функционального и информационного процессов, документации;
5. Участие всех сотрудников функциональных подразделений предприятия в обеспечении качества обслуживания потребителей;
6. Четкое распределение должностных обязанностей.

Эффективность системы обслуживания потребителей – показатель (или система показателей), характеризующий уровень качества функционирования системы обслуживания при заданном уровне общих

затрат предприятия. С точки зрения потребителя, являющегося конечным звеном цепи поставок, эффективность системы обслуживания определяется уровнем качества исполнения его заказа.

Эффективность логистических систем в значительной мере зависит от способности наметить на ранних стадиях процесса обслуживания потребителей потенциальные результаты. Тем самым создается адекватная атмосфера ожиданий и стимулов для персонала.

В систему отчетности включаются позиции, анализ показателей которых позволяет менеджерам незамедлительно выявлять и предотвращать потенциальные проблемы. Например, система контроля над распределением выделяет приоритетные заказы, для того чтобы менеджеры могли предупредить возникновение возможных сбоев в ходе исполнения заказа ключевого потребителя. Другим примером может служить предупреждение о том, что система обработки заказов перегружена. Такой контроль над ситуацией позволяет заранее обнаружить признаки будущей неспособности осуществить обслуживание принятых к исполнению заказов.

Стандартизация – это деятельность по унификации планов, процессов, систем планирования, систем обмена данными, документооборота, грузовых единиц, торговой и транспортной упаковки продукции.

Сертификация системы обслуживания – это процедура подтверждения (признания), посредством которой независимая от изготовителя (продавца) и потребителя (покупателя) третья организация удостоверяет в письменной форме, что данная система обслуживания соответствует установленным нормам и требованиям.

Сертификат системы качества представляет собой свидетельство, выданное по правилам системы сертификации и удостоверяющее соответствие системы обслуживания потребителей заданному стандарту.

Соотношение значимостей отдельных показателей может меняться. Например, в условиях дефицита платежных средств в Российской Федерации высокое значение имеет предоставление кредитов. В то же время в странах с развитой рыночной экономикой наиболее значимым показателем является надежность поставки.

Таким образом, управление материальными потоками предусматривает управление процессом товародвижения. В процессе товародвижения выделяется три стадии для производственной логистики: закупка материалов, производство изделий, сбыт готовой продукции. Для логистики не связанной с процессом производства изделий (торгово-закупочной) эти стадии можно представить как закупку товаров производства работ и услуг и сбыт товаров. Прохождение через каждую из этих стадий связано с выполнением ряда функций. На стадии закупки – формирование заказа, закупка и получении продукции; на стадии сбыта – подбор и упаковка, транспортировка, складирование, реализация.

Сервисная логистика способствует повышению качества выполняемых работ и услуг на стадии организации и сбыта услуг.

Следовательно, сервисная логистика предполагает оказание разнообразных услуг потребителям, посредством их наиболее полного удовлетворения.

ГЛАВА 2. ЛОГИСТИЧЕСКИЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ДЕДОГОР»

2.1 Организационно-экономическая деятельность предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Дедогор» создано в соответствии с Гражданским кодексом РФ и действующим Законодательством «Об Обществах с Ограниченной Ответственностью», другими нормативными актами.

Общество является юридическим лицом, учредителями которого приходятся три физических лица, уставный капитал разделен на определенные доли (размер которых установлен учредительными документами). Имеет в собственности имущество, учитываемое на балансе, может от своего имени приобретать и отчуждать имущество, имеет неимущественные права, обременено обязанностями и несет ответственность, может быть истцом и ответчиком в суде. Единственным учредительным документом общества является его устав, в котором указываются размер уставного капитала, адрес местонахождения и наименование общества, порядок перехода долей и другие условия.

ООО «Дедогор» находится в городе Новоуральске по адресу: ул. Походная, 2А.

Производственная деятельность предприятия представляет собой изготовление тротуарной плитки и ориентирована на широкий круг строительных организаций, использующих строительные материалы в домостроении, дорожном строительстве и благоустройстве территории.

Основная задача предприятия – это производство качественной продукции в больших объемах. Использование передовых методов производства позволяет предприятию снизить производственные затраты и занимать ведущие позиции на рынке аналогичных продуктов. Для выполнения данной задачи у предприятия есть все необходимые составляющие, обеспечивающие выпуск качественных изделий, такие, как применение передовых мировых технологий, современное европейское оборудование, квалифицированный производственный персонал, собственная лаборатория. Лаборатория оснащена всем необходимым оборудованием и в полной мере обеспечивает контрольные функции на всех этапах технологического процесса таких, как входной контроль поступающих материалов, приготовление бетонных смесей, режимы термообработки, набора прочности изделий и приемочные испытания готовой продукции.

Общество осуществляет следующие виды деятельности:

- Производство изделий из бетона для использования в строительстве;
- Производство прочих изделий из гипса, бетона или цемента;
- Разборка и снос зданий;
- Расчистка территории строительной площадки;
- Производство земляных работ;
- Работы по устройству покрытий полов и облицовке стен;
- Работы строительные специализированные прочие, не включенные в другие группировки;
- Работы каменные и кирпичные;
- Аренда и лизинг строительных машин и оборудования.

Главными целями предприятия ООО «Дедогор» являются:

- производство услуг и товаров с наилучшей результативностью по минимальным ценам;
- обеспечение нужд людей;
- получение прибыли для стабильной деятельности и будущего развития;
- получение прибыли в долгосрочном периоде.

Рассмотрим основные показатели производственно-экономической деятельности ООО «Дедогор» табл. 2, для анализа которых использовалась бухгалтерская отчетность предприятия.

Таблица 2. Основные показатели производственно-экономической деятельности ООО «Дедогор» за 2014-2016 г.г.

Показатели	2014 г., Тыс. руб.	2015 г., Тыс. руб.	2016 г., Тыс. руб.	2016 г. к 2014 г.
Выручка от реализации, тыс.руб.	34 378	34 702	33 263	0,97
Себестоимость реализованной продукции, тыс.руб.	27 793	29 062	27 697	1
Прибыль от реализации, тыс.руб.	6 585	5 640	5 566	0,84
Чистая прибыль, тыс. руб.	5 841	4 817	5 653	0,96
Среднегодовая численность работников, чел.	27	20	20	
Среднегодовая численность работников занятых в производстве	17	10	10	

По данным таблицы 2 видно, что выручка от реализации в 2016 году составила 33 263 тыс. руб., то время в 2014 году составила 34 378 тыс. руб., то есть уменьшилась в 0,97 раза.

Чистая прибыль ООО «Дедогор» в 2016 году по сравнению с 2014 годом снизилась менее чем на 200 тыс. руб. Прибыль от реализации продукции в 2016 году снизилась по сравнению с 2014 годом на 16%.

Из данного анализа можно сделать вывод, что ООО «Дедогор» показывает удовлетворительные результаты своей экономической деятельности, не взирая на нестабильную экономическую обстановку в стране и как следствие колебания спроса на продукцию.

На рынке Свердловской, Тюменской областей и Пермского края работает множество предприятий, таких как ООО «УБТ-Сервис», ООО «СтандартБетонРесурс-Парма», ООО ПКФ «АПДК-Урал», реализующих тротуарную плитку, камни бортовые и иную продукцию ООО «Дедогор» на основании дилерского договора. В меньшей мере предприятие занимается сбытом готовой продукции (поиском новых клиентов) собственными силами. В организационно-управленческой структуре предприятия имеется отдел сбыта, в котором работают начальник отдела сбыта и менеджер по продажам.

Среди конкурентов ООО «Дедогор» можно выделить основных производителей тротуарной плитки и камня бортового:

- ООО «Берит», г. Екатеринбург;
- ООО «Авант», г. Екатеринбург;
- ООО «ЕЗСК», г. Екатеринбург;
- ООО «Бетам», г. Новоуральск;
- ООО «Мраморит-Строй», г. Пермь;
- ООО «Альфа», г. Пермь;
- ООО «Сэдэс», г. Нижний Тагил.

Компания «Дедогор» завоевало большую долю рынка в г. Нижний Тагил, г. Новоуральск, г. Пермь.

ООО «Дедогор» рассчитывает экономическую эффективность своей деятельности. Так главной функцией производственного предприятия является изготовление и сбыт продукции, следовательно, объем продаж и розничный товарооборот, изучение которого целесообразно начинать с динамики объема и оценки степени выполнения плана предприятия.

Рассмотрим организационную структуру ООО «Дедогор» (рис. 3), по которому видно, что организационная структура управления ООО «Дедогор» является линейной.

Высшим органом управления ООО «Дедогор» является общее собрание учредителей, которое руководит деятельностью Общества в соответствии с уставом Общества. Компетентность, порядок работы и порядок принятия решений общего собрания определены Уставом Общества.



Рисунок 3. Организационная структура ООО «Дедогор»

Рассмотрим наглядно динамику закупок сырья ООО «Дедогор» в разрезе основных товарных групп у поставщиков за 2014 – 2016 г.г. в таблице 4.

2.2. Содержание логистического сервиса предприятия

Реализация концепции управления цепями поставок предполагает наличие в экономике страны комплекса необходимых условий. К основным из них относятся:

- бездефицитность экономики;
- высокий уровень развития информационных технологий;
- «прозрачность» во взаимоотношениях участников цепи поставок;
- наличие современной транспортно-складской инфраструктуры;
- развитие аутсорсинга;
- высокая степень организованности и ответственности участников цепи поставок за выполнение договорных обязательств по поставкам.

Говоря о современном течении дел в области экономики страны, можно сделать вывод, что введение вновь на предприятии логистического метода управления является трудоемким, дорогостоящим процессом.

ООО «Дедогор», как и любое другое коммерческое предприятие рассчитывает экономическую эффективность своей деятельности. Анализ реализации товаров и услуг начнем с изучения динамики реализации продукции, расчета базисных и цепных темпов роста и прироста. Э анализ показывает, как изменился объем производства и реализации за определенное количество лет.

Среднегодовой темп роста (в коэффициентах) $= x$ (текущее) / x (базисное)

Среднегодовой темп прироста (в коэффициентах) =
 $= x$ (текущее) - x (базисное) / x (базисное)

Таблица 3. Анализ показателей деятельности ООО «Дедогор»

Показатель	2014 г., Тыс. руб.	2015 г., тыс. руб.	2016 г., Тыс. руб.
Выручка, тыс.руб.	34 378	34 702	33 263
Себестоимость, тыс. руб.	27 793	29 062	27 697
Валовая прибыль, тыс. руб.	6 585	5 640	5 566
Чистая прибыль, тыс. руб.	5 841	4 817	5 653

Анализируя данные полученные в табл. 3 при анализе выручки от реализации, можно прийти к выводу о том, что за период 2014-2016 г.г. произошло незначительное снижение значения данного показателя и, соответственно, объема оказанных им услуг, а также реализации продукции, что является отрицательной тенденцией в деятельности организации.

Рассмотрим подробнее ассортиментную реализацию продукции, выпускаемой на предприятии в таблице 6.

Таблица 4. Динамика реализации продукции в разрезе ассортиментного перечня

Вид продукции	2014 г., м ²	2015 г., м ²	2016 г., м ²
Плитка тротуарная	63 365	72 330	47 000
Камни бортовые	45 150	37 000	55 000
Камни стеновые	9 600	8 050	9 000
Прочее	6 300	6 100	2 275

Из таблицы 4 видно, что в среднем по каждому виду продукции с каждым годом наблюдается увеличение количества реализованной продукции, это свидетельствует о спросе на продукцию и о том, что предприятие является динамично развивающимся.

ООО «Дедогор» поставляет свою продукцию не только крупным застройщикам, но и частным клиентам. Рассмотрим основных покупателей продукции ООО «Дедогор» в 2014-2016 г.г.

Таблица 5. Анализ потребителей продукции ООО «Дедогор»
в 2014-2016 г.г.

Наименование потребителя	Доля в % от годовых продаж		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
ООО «СтандартБетонРесурс-Парма», г. Пермь	36%	29%	21%
ООО «АПДК-Урал», г. Екатеринбург	16%	20%	39%
ООО «УДСК», г. Нижний Тагил	14%	21%	17%
ООО «Вектор», г. Нижний Тагил	2%	4%	3%
Прочие (среди которых ИП, физические лица)	32%	26%	20%

Анализируя показатели таблицы 5, можно сделать вывод, что главными покупателями продукции и потребителями услуг являются ООО «СтандартБетонРесурс-Парма», г. Пермь, ООО «АПДК-Урал», г. Екатеринбург, которые являются официальными дилерами ООО «Дедогор».

2.3. Оценка системы логистического метода управления на предприятии

Отечественный и мировой опыт говорит, что организация отделов логистики на предприятии позволяет значительно повысить эффективность работы предприятия в сфере торговли. ООО «Дедогор» не является

исключением, основными показателями эффективности применения на предприятии будут являться:

1. Снижение запасов в цепях товародвижения за счет:

- применение современных технологий контроля состояния запасов;
- высокой степени согласованности участников цепи в вопросах своевременного пополнения запасов.

Сокращаются как страховые запасы, так и текущие. Создание текущих запасов за счет использования технологии "точно в срок", а также формирование оптимальных размеров партий, страховых - за счет их концентрации в едином распределительном складе.

2. Рациональное использование площадей предприятия оптовой и розничной торговли. Например, логистическая оптимизация цепи товародвижения позволит существенно изменять структуру площадей складов в пользу увеличения доли торговых площадей. Этого можно достигнуть за счет:

- снижение общего количества запасов сырья и полной ликвидации их залежей на складе;
- сокращения количества готовой продукции на торговой площадке.

3. Снижение транспортных расходов, которые удастся достичь за счет организации доставки путем обращения в транспортную компанию либо своевременной организации доставки путем самовывоза.

4. Снижение затрат, связанных с перемещением грузов по торговой площадке предприятия, в том числе затрат ручного труда.

Польза от организации отдела логистики, как правило, превышает суммарную пользу от улучшения перечисленных показателей. Под эффективностью логистических процессов следует понимать количественную меру, определяемую как степень достижения их цели или

выполнения составляющих логистических операций в течение определенного времени и с минимально возможными затратами.

Для оценки их эффективности могут быть приняты следующие критерии и ограничения:

- степень обеспеченности материальными средствами, которая характеризует полноту удовлетворения установленной потребности в них;
- оперативность логистических процессов, которая отражает своевременность выполнения логистических операций;
- экономичность логистических процессов, которая позволяет оценить общие или удельные затраты на логистические операции [30].

Основными показателями эффективности работы предприятия будут являться:

- оценка организации ежедневной работы;
- оценка и анализ производительности операций по логистике;
- совершенствование работы отдела, разработка и внедрение новых систем, направленных на повышение эффективности использования средств;
- оценка и анализ издержек, связанных с исполнением логистических операций;
- организация бесперебойного снабжения;
- оценка и анализ затрат рабочего времени на выполнение операций;
- соблюдение утвержденной сметы затрат, статей бюджета;
- повышение рентабельности бизнеса в целом.

Эти показатели являются ключевыми или комплексными показателями эффективности логистической системы.

Несмотря на важность логистического сервиса для реализации корпоративных стратегий, до сих пор отсутствуют эффективные способы оценки его качества, что объясняется рядом особенностей характеристик

сервиса в сравнении с характеристиками продуктов. Такими особенностями являются:

1. Покупатель зачастую принимает непосредственное участие в производстве услуг.

2. Покупатель никогда не становится собственником, приобретая услуги.

3. Неосвязаемость сервиса. Поставщикам сервиса сложно объяснить и дать спецификации видам сервиса, покупателям также трудно их оценить.

4. Сервис - деятельность, и поэтому он не может быть тестирован прежде, чем покупатель его купит.

5. Услуги потребляются в тот момент, когда они производятся, т.е. услуги не складываются и не транспортируются [12].

Указанные характеристики и особенности услуг играют важную роль в логистическом процессе. Важно учитывать, что качество сервиса в логистике проявляется в тот момент, когда встречаются поставщик услуг и их покупатель. Измерение качества сервиса при анализе и проектировании логистической системы должно основываться на критериях, используемых покупателями логистических услуг для этих целей. Когда покупатель оценивает качество логистического сервиса, он сравнивает некоторые фактические значения "параметров измерения" качества с ожидаемыми значениями этих параметров, и если эти ожидания совпадают, то качество признается удовлетворительным.

На предприятии ООО «Дедогор» полностью отсутствует отдел логистики, поэтому можно говорить о низком уровне системы логистического метода управления на предприятии. В настоящий момент функции отдела логистики в той или иной степени разделены между директором, главным бухгалтером, начальником цеха и отделом сбыта.

Директор берет на себя функции начальника отдела логистики, организуя работу подчиненного персонала, расставляя приоритеты в деятельности компании, оценивая поставщиков и потребителей, разделяя их по важности и отдавая отдельным из них предпочтение в различных ситуациях.

Главный бухгалтер и начальник цеха взяли на себя функции логиста по снабжению, контролируя количество запасов сырья, расходных материалов, подавая своевременно заявки на их пополнение.

Отдел сбыта выполняет функции сбытовой логистики, контролируя количество готовой продукции на складе предприятия, ведя учет ее хранения, принимая заявки от покупателей, подавая информацию в цех по производству тротуарной плитки, формируя график производства изделий, расставляя приоритеты между клиентами, контролируя соблюдение сроков поставки продукции, предусмотренных договором.

Личного автотранспорта на предприятии не имеется. ООО «Дедогор» в части доставки продукции покупателю пользуется услугами транспортных компаний, также и в части доставки сырья от поставщиков на производственную площадку предприятия. Иного способа доставки готовой продукции, кроме автотранспорта, до потребителя не имеется. Хотя на балансе предприятия в качестве основного средства числится железнодорожный тупик, организация доставки железнодорожным транспортом является невозможной из-за износа железнодорожного полотна в черте промышленной зоны города Новоуральска.

ООО «Дедогор» занимается перепредъявлением покупателю стоимости услуг по доставке продукции, что ведет к удорожанию одного квадратного метра продукции. В зависимости от дальности перевозки цены на доставку сильно разнятся. Такое обстоятельство дел часто влияет на

конкурентоспособность предприятия, ввиду удаленности производственной площадки от местонахождения основных потребителей продукции.

ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО МЕТОДА УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ДЕДОГОР»

3.1 Недостатки в развитии логистического сервиса и пути их устранения

Исходя из результатов анализа системы распределения, проведенного в предыдущих параграфах, можно сделать общий вывод о том, что существующий логистический сервис в ООО «Дедогор» не отвечает многим требованиям логистики, не обеспечивает максимизации прибыли предприятия, приводит к увеличению запасов готовой продукции, увеличению себестоимости продукции, транспортных расходов при доставке готовой продукции со склада предприятия до конечного потребителя и т.д.

Логистический сервис на ООО «Дедогор» находится на стадии развития, поэтому ещё имеет ряд существенных недостатков. Основными из них являются:

- отсутствие маркетинговых стратегий функционирования транспортного комплекса;
- низкое качество логистического сервиса, не отвечающее европейским и мировым стандартам;
- низкий уровень развития производственно-технической базы, инфраструктуры сервиса, информационных систем поддержки транспортно - логистического процесса;
- отсутствие современных логистических технологий транспортно-экспедиционной деятельности.

Принципы, которыми руководствуется управление предприятия, ясны. Ведь данная структура сервиса является наиболее «безболезненной» для предприятия в краткосрочном периоде, т.к. все транспортные и складские

расходы в этом случае минимальны, а предприятие избавлено от необходимости самостоятельно заниматься розничной продажей своей продукции.

Но если рассмотреть долгосрочную перспективу, учитывая влияние положительных и отрицательных факторов внешней среды, то очевидным становится то, что существующую систему необходимо изменять, оптимизировать в соответствии с основными логистическими принципами.

Оптимизация существующей логистической системы может быть проведена по нескольким направлениям:

1. Необходимо увеличить количество распределительных центров (оптовых складов).

2. Оптимально разместить эти склады на обслуживаемой территории.

3. Создать достаточный парк транспортных средств требуемой грузоподъемности и рационально организовать его работу по доставке продукции предприятия от места производства до места потребления.

4. Необходимо наладить прямые связи с потребителями продукции предприятия (как с физическими, так и с юридическими лицами), заключить договоры с торговыми точками (представителями) по реализации продукции предприятия. [18]

5. В то же время нельзя терять наработанных связей с оптовыми покупателями, а предложить им и в дальнейшем работать на взаимовыгодных условиях, причем в новых условиях у них будет возможность выбора наиболее удобного для них центра распределения, что снизит их транспортные издержки. Конечно, покупая товар непосредственно вблизи своих центров распределения, посредники будут рассчитывать на более высокую цену, в которую предприятие заложит свои издержки по доставке продукции к месту потребления. Следует отметить, что после

оптимизации системы распределения эти издержки будут сведены к минимуму, что при существующем уровне розничной цены на продукцию предприятия увеличит его прибыль.

3.2. Формирование системы логистического сервиса предприятия

3.2.1. Создание отдела логистики

Для систематизации логистических процессов, а также внедрения логистического управления в повседневную деятельность компании, необходимо создание самостоятельного подразделения в организационной структуре компании - отдела логистики, находящейся в прямом подчинении директора Общества.

На предприятии, имеющем службу логистики, все функции, необходимые для эффективного выполнения заказов, объединяются в централизованный механизм, позволяющий решать задачи практически любой степени сложности ответственно и профессионально. В организационной структуре предприятия почти все функциональные области взаимодействуют с ней, обеспечивая оптимизацию деятельности и устойчивость предприятия.

Служба логистики должна тесно взаимодействовать с различными функциональными подразделениями компании, обеспечивая оптимизацию их деятельности и системную устойчивость компании. Служба логистики не должна физически подменять собой соответствующие функциональные подразделения компании. В большинстве случаев количество и объемы заказов могут быть такими, что они не позволят специалистам службы логистики качественно и детально охватить все аспекты выполнения заказов. В этой связи необходимо разграничивать процесс управления заказами от

процесса координации. Перед службой логистики ставится задача не разрешения возникающих проблем и конфликтных ситуаций, а их анализ и перераспределение по другим службам компании, не погружение в многочисленные, порой сугубо технические детали процесса выполнения заказа, а координация укрупненных блоков задач.

Однако при отсутствии в структуре управления компании отдела логистики такое слияние функций и задач невозможно, что препятствует эффективному функционированию компании, останавливает ее дальнейшее совершенствование и рост, что остро ставит вопрос о необходимости реорганизации предприятия в целом и аппарата управления в частности.

Организация отдела логистики создаст единую систему задач логистического управления внутренними бизнес-процессами компании бизнес-процессами партнеров и потребителей. Первостепенной задачей при создании отдела логистики на предприятии является разумное и обоснованное распределение функций между группами внутри отдела логистики. Мной произведена реструктуризация предприятия ООО «Дедогор» с учетом создания отдела логистики. (рис. 4).

Важнейшей задачей в настоящее время является организация отдела логистики на предприятии. Так как, благодаря данной службе, вся продукция должна заказываться строго под конкретного потребителя и после подтверждения факта оплаты. А также, чтобы продукция доставлялась с таможенного склада или от поставщика непосредственно на склад получателя. Тем самым, наблюдается сокращение затрат на погрузо-разгрузочные операции, складирование, хранение, транспортировку и устранение опасности появления неликвидов. Деятельность службы логистики на предприятии или в организации нацелена на достижение

необходимых конечных результатов с помощью ряда управленческих воздействий, осуществляемых как внутри предприятия, так и вне его.

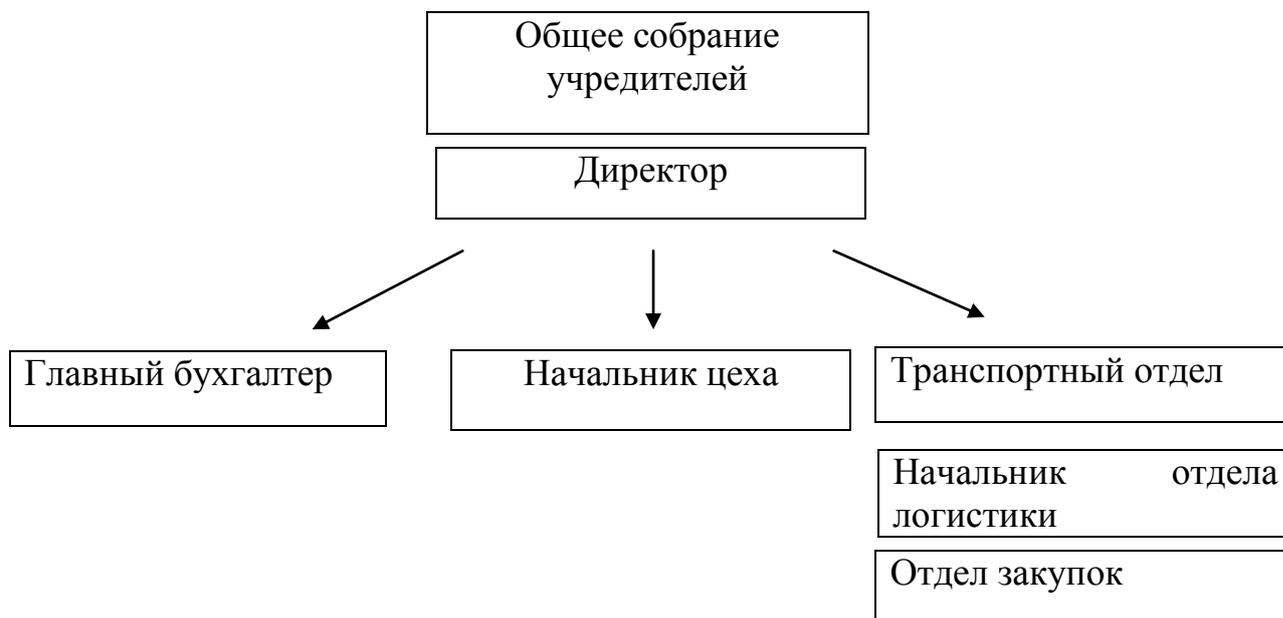


Рисунок 4. Новая организационная структура ООО «Дедогор»

Создание отдела логистики требует определенных финансовых вложений на то, чтобы отдел нашел свое место в структуре предприятия. Произведем примерный расчет затрат на создание отдела логистики (табл. 12).

Для нормального функционирования нового структурного подразделения необходимо произвести наем не менее трех сотрудников, в числе которых начальник отдела логистики (координация действий подчиненного персонала, контроль над их деятельностью, расстановка текущих задач и приоритетов), менеджер по закупкам (логистика закупок, работа с поставщиками), логист (транспортная и складская логистика), их заработная плата в среднем будет составлять 35 000 руб. Также нужно приобрести мебель, компьютеры, оргтехнику, программное обеспечение, канцелярские принадлежности.

Поскольку на предприятии в настоящее время функционирует отдел сбыта, то его специалисты будут переведены в отдел логистики с организацией обучения по направлению логистики. Фактически необходимо принять на работу одного сотрудника с соответствующей квалификацией.

Таблица 6. Расчет затрат на создание отдела логистики на предприятии
ООО «Дедогор»

Вид затрат	Сумма затрат (тыс. руб)
1. Наем персонала	3
2. Покупка компьютера, оргтехники	50
3. Мебель	22
4. Программное обеспечение	23
5. Покупка канцтоваров	2
Итого:	100

Все денежные средства необходимые для создания отдела логистики будут выделяться из собственного бюджета, который имеет тенденцию постоянного роста за счет увеличения прибыли.

Рассмотрим подробнее каждую графу расходов:

1. Наем персонала. Для поиска соискателей необходимо опубликовать вакансии на специализированных сайтах, а также подать объявления в местную газету и воспользоваться услугами Службы занятости населения. Для реализации данного пункта понадобится 3 000 руб.
2. Покупка компьютера и оргтехники. Для организации одного нового рабочего места необходимо приобрести компьютер с дополнительными устройствами ввода, вывода информации, в том числе копировально-множительной техники. Общая сумма расходов составит 50 000 руб.
3. Мебель. Также с целью организации нового рабочего места необходимо приобрести компьютерный стол и стул, общая стоимость которых составит 22 000 руб.

4. Программное обеспечение. На компьютеры персонала отдела логистики требуется установить программное обеспечение и логистические программы, расходы по этому пункту составят 23 000 руб.

5. Канцтовары. В данную строку расходов включена бумага и краска для картриджей – 2 000 руб.

Из анализа экономической деятельности предприятия, произведенного в табл. 2, видно, что чистая прибыль в 2016 году снизилась по отношению к чистой прибыли 2014 года и составила 5 653 тыс. руб. Из данной суммы будут выделены средства на создание отдела логистики.

Далее ежемесячные расходы предприятия на содержание отдела логистики будут складываться из заработной платы сотрудников, начислений на заработную плату, подписки на программное обеспечение и специальную литературу в сумме - 165 тыс. руб. в месяц.

Из-за введения отдела логистики произойдет оптимизация расходов на предприятии.

Таблица 7. Оптимизация расходов предприятия ООО «Дедогор»

Наименование расходов	Экономия, тыс. руб.
1. Закупка сырья	28
2. Запасы	70
3. Обслуживание складов	12
4. Утилизация	10
5. Грузопереработка	5
ИТОГО	125

1. Сокращение запасов в цепях товародвижения, поскольку вся продукция будет изготавливаться под заказ для конкретного потребителя, тем самым сократятся объемы закупки сырья.

2. Сокращение площадей складов сырья и готовой продукции, следовательно, снижение расходов на охрану и коммунальные платежи.

3. Сокращение неликвидного товара, снижение расходов на утилизацию и переработку.

4. Снижение расходов на грузопереработку.

5. Ускорение оборачиваемости капитала, принятие заказа в работу после внесения предоплаты.

Вывод: следствием организации отдела логистики на предприятии является снижение себестоимости продукции, увеличение прибыли, а также быстрая гибкая реакция предприятия на спрос потребителей.

3.2.2. Создание складов в регионах с основными потребителями товаров

Согласно анализу сведений, приведенных в таблице 5, главным покупателем продукции является предприятие ООО «СтандартБетонРесурс-Парма», г. Пермь. Считаю необходимой мерой поддержки спроса на продукцию предприятия ООО «Дедогор» создание склада в Пермском крае Российской Федерации.

Поскольку предприятие имеет сезонный спрос на продукцию, то реализация данной меры возможна именно в сезон низкого спроса, то есть в зимний период.

Проведя анализ реализованной продукции за последние три года, можно прийти к выводу, что самой продаваемой позицией из номенклатуры товаров является плитка тротуарная. Следовательно, необходимо произвести и доставить прогнозируемое к продаже количество плитки в Пермский край на новый склад предприятия, тем самым разгружая производственный цех в летний период.

Также в зимний период, а именно январь-февраль месяцы, происходит спад на услуги ав транспорта, что существенно снизит расходы на доставку продукции, соответственно и стоимость квадратного метра продукции.

Хранение плитки в зимний период на открытых уличных складах не влияет на ее потребительские свойства, поскольку вся продукция изготавливается в соответствии с ГОСТ и проходит контроль качества выходных параметров в лаборатории предприятия.

Необходимо отметить, что нужно разрабатывать стратегию развития предприятия посредством введения отдела логистики на период не менее чем 5–10 лет. Объясняется это тем, что данная мера представляет собой долгосрочную перспективу, инвестирование предприятия в логистику оправдывает себя не ранее, чем через 1,5 года.

Также можно сказать, что по прошествии одного года можно судить об эффективности метода управления в целом и о работе отдела логистики отдельно.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теория логистики, последовательно развивающаяся в прикладном ключе, осваивает новые направления и открывает новые контексты, которые возникают по линиям сопряжения наук в ответ на потребности хозяйственной и управленческой практики.

С позиции бизнеса логистика – это интегральный инструмент менеджмента, который способен достигать стратегических, тактических или оперативных целей организации бизнеса за счет эффективности с точки зрения снижения общих затрат и удовлетворения требований конечных потребителей к качеству продуктов и услуг управления материальными и сервисными потоками, а также сопутствующими им потоками информации и финансовых средств.

Логистический сервис – это совокупность нематериальных логистических операций обеспечивающих максимальное удовлетворение спроса потребителей в процессе управления материальными и информационными потоками, наиболее оптимальным, с точки зрения затрат способом.

Основными принципами сервиса в логистике являются:

- максимальное соответствие требованиям потребителей к характеру потребляемых изделий;
- неразрывная связь сервиса с маркетингом;
- гибкость сервиса его направленность на учет меняющихся требований рынка.

Логистика охватывает всю сферу и спектр деятельности предприятия и на всех стадиях развития производства стремится сократить затраты и

выпустить продукцию, заданного количества и качества в установленные сроки и в установленном месте.

В связи с быстрыми изменениями рыночных условий предприятия, ориентированные на логистическую организацию имеют преимущественную возможность адаптации системы к условиям окружающей среды.

В данной выпускной квалификационной работе был проведен анализ логистической системы ООО «Дедогор». В результате были сделаны следующие выводы:

- логистический сервис недостаточно развит на предприятии;
- существующая логистическая система неэффективна, т.к. не способствует минимизации суммарных расходов на реализацию продукции предприятия, т.е. не ведет к получению максимальной прибыли;
- используемая предприятием система логистического сервиса подходит только для краткосрочного периода. Если же рассмотреть долгосрочную перспективу, то в силу указанных в данной курсовой работе факторов становится очевидной необходимость отказа от данной системы.

Организация службы логистики на предприятии очень важно в настоящее время. Так как, благодаря данной службе вся продукция должна заказываться строго под конкретного потребителя и после подтверждения факта оплаты. А также чтобы продукция доставлялась с таможенного склада или от поставщика непосредственно на склад получателя. Тем самым, наблюдается сокращение затрат на погрузо-разгрузочные операции, складирование, хранение, транспортировку и устранение опасности появления неликвидов. Деятельность службы логистики на предприятии или в организации нацелена на достижение необходимых конечных результатов с помощью ряда управленческих воздействий, осуществляемых как внутри предприятия (внутренняя среда – внутренняя логистика), так и вне его

(внешняя среда – внешняя логистика). Но для того, чтобы служба логистики работала хорошо нужно обучать работников организации. Необходимо провести работу по выработке единообразной стандартизированной логистической терминологии. Специалисты функциональных подразделений компании должны говорить на одном языке, оперировать схожими терминами и понимать друг друга.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникин, Б. А. Коммерческая логистика / Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. - М.: Проспект, 2016. - 432 с.
2. Афанасенко, И. Д. Логистика снабжения / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. - М.: Питер, 2016. - 336 с.
3. Гаджинский, А. М. Логистика / А.М. Гаджинский. - М.: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг", 2016. - 396 с.
4. Гаджинский, А. М. Логистика / А.М. Гаджинский. - М.: Маркетинг, 2016. - 228 с.
5. Гайдаенко, А. А. Логистика / А.А. Гайдаенко, О.В. Гайдаенко. - М.: КноРус, 2016. - 272 с.
6. Гайдаенко, А. А. Логистика / А.А. Гайдаенко, О.В. Гайдаенко. - М.: КноРус, 2016. - 272 с.
7. Галимова, Е. О. Куда уходят деньги, или Логистика для предпринимателей / Е.О. Галимова. - М.: КноРус, 2016. - 224 с.
8. Голдсби, Томас. Бережливое производство и 6 сигм в логистике. Руководство по оптимизации логистических процессов / Томас Голдсби , Роберт Мартиченко. - М.: Гревцов Паблицер, 2016. - 416 с.
9. Доенин, В. В. Динамическая логистика транспортных процессов / В.В. Доенин. - М.: Компания Спутник +, 2016. - 248 с.
10. Дыбская, Логистика / Дыбская, В.В. и. - М.: Эксмо, 2016. - 944 с.
11. Захаров, М.Н. Контроль и минимизация затрат предприятия в системе логистики: учебное пособие / М.Н. Захаров. - М.: Экзамен, 2016. - 158 с.
12. Канке, А. А. Логистика / А.А. Канке, И.П. Кошечая. - М.: Форум, Инфра-М, 2016. - 384 с.
13. Кретов, И. И. Логистика во внешнеторговой деятельности / И.И. Кретов, К.В. Садченко. - М.: Дело и сервис, 2016. - 272 с.
14. Кретов, И.И. Логистика во внешнеторговой деятельности / И.И. Кретов, К.В. Садченко. - М.: Дело и сервис; Издание 2-е, перераб. и доп., 2016. - 256

с.

15. Круминьш, Нормундс Логистика в Восточной Европе / Нормундс Круминьш, Калвис Витолиньш. - Москва: ИЛ, 2016. - 192 с.
16. Логистика в примерах и задачах. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 288 с.
17. Логистика. - М.: Феникс, 2016. - 464 с.
18. Лукинский Логистика автомобильного транспорта / Лукинский, В.С. и. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 368 с.
19. Маликов, О. Б. Деловая логистика / О.Б. Маликов. - М.: Политехника, 2016. - 224 с.
20. Миротин, Л.Б. Логистика для предпринимателя: основные понятия, положения и процедуры / Л.Б. Миротин, Ы.Э. Ташбаев. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 252 с.
21. Николайчук, В.Е. Логистика в сфере распределения / В.Е. Николайчук. - М.: СПб: Питер, 2016. - 160 с.
22. Паршина, Р. Н. Логистика транссибирских контейнерных перевозок / Р.Н. Паршина. - М.: ВИНТИ РАН, 2016. - 420 с.
23. Полякова, Т. Ю. Английский язык в транспортной логистике / Т.Ю. Полякова, Л.В. Комарова. - М.: Высшая школа, 2016. - 240 с.
24. Рыжова, И. О. Логистика в торговле / И.О. Рыжова, А.М. Турков. - М.: Академия, 2016. - 480 с.
25. Салминен, Э. О. Лесопромышленная логистика / Э.О. Салминен, А.А. Борозна, Н.А. Тюрин. - М.: Лань, 2016. - 352 с.
26. Салминен, Э. О. Лесопромышленная логистика / Э.О. Салминен, А.А. Борозна, Н.А. Тюрин. - М.: Профи-информ, 2016. - 264 с.
27. Саркисов, С. В. Логистика / С.В. Саркисов. - М.: Дело АНХ, 2016. - 368 с.
28. Степанов, В. И. Логистика в товароведении / В.И. Степанов. - М.: Academia, 2016. - 272 с.
29. Тебекин, А. В. Логистика / А.В. Тебекин. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 356 с.

30. Щербакова, Т. С. Логистика: моногр. / Т.С. Щербакова. - М.:
Издательство Российского Университета дружбы народов, 2016. - 260 с.