

ТЕМА 5. Логистическая миссия и корпоративная стратегия

1. Логистическая миссия и ее связь с корпоративной стратегией
2. Логистическая стратегия
3. Особенности логистической миссии в различных отраслевых сферах

ПЛАНИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

— это систематический процесс поиска возможностей действовать, прогнозирования последствий этих действий, разработки логистического проекта, формирования управленческих решений, и сроков **конкретных мероприятий** их выполнения для достижения поставленных целей в будущем.

Требования организации эффективного планирования

- **документальное обеспечение.**
- **стандартизация.**
- **организованность.**
- **точность.**
- **согласованность.**
- **непрерывность, гибкость и цикличность.**
- **полнота**

Миссия организации

Миссия – исходный фундамент, который определяет все стратегические и тактические цели и задачи предприятия и принимаемые на их основе решения

В узком понимании миссия — это определение того, для чего или по какой причине существует организация, то есть миссия должна раскрывать смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных.

Логистическая миссия

Логистическая миссия – максимальное удовлетворение требований потребителей к качеству товаров и услуг (принцип TQM)

Логистическая миссия:

- ✓ должна обеспечить предприятию систему видения высокого качества ее продукции и сервиса;
- ✓ обеспечения конкурентоспособности;
- ✓ интеграции снабженческой, производственной и маркетинговой стратегий;
- ✓ быть кредо организации, позиционирующем ее относительно рынка и конкурентов

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ МИССИЯ КОМПАНИИ



Логистическая миссия:

- ориентация на потребителей;
- представление высокого уровня *логистического сервиса*;
- логистический микс (6 правил логистики)

Логистический сервис

Логистический сервис –

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

Критерии качества логистического обслуживания

- Надежность поставок
- Полное время от получения заказа до поставки партии товаров
- Гибкость поставки
- наличие запасов на складе поставщика
- Возможность предоставления кредитов

Задачи логистического сервиса

Задачи сервиса	консультирование потенциальных покупателей перед приобретением ими изделий данного предприятия, позволяющее им сделать сознательный выбор
	•передача необходимой технической документации, позволяющей специалистам покупателя должным образом выполнять свои функции
	•доставка изделия на место эксплуатации таким образом, чтобы свести к минимуму вероятность его повреждения в пути
	обеспечение полной готовности изделия к эксплуатации в течение всего срока его нахождения у покупателя
	оперативная поставка запасных частей

Виды логистического сервиса

- ❖ сервис удовлетворения потребительского спроса;
- ❖ сервис оказания услуг производственного назначения;
- ❖ сервис послепродажного обслуживания;
- ❖ сервис информационного обслуживания;
- ❖ сервис финансово-кредитного обслуживания

Стратегия организации

*М.Портер: «Стратегия - это согласование
выбранных направлений
деятельности».*

При формировании логистической стратегии необходимо учитывать :

- заявление о корпоративной стратегии компании;
- данные SWOT-анализа;
- данные аудита логистических процессов компании.

Логистическая стратегия- средство для достижения главной цели организации-получения преимуществ в конкурентной борьбе.

логистическая стратегия – это долгосрочное, качественно определенное направление развития логистики, касающееся форм и средств ее реализации в фирме, межфункциональной и межорганизационной координации и интеграции, сформулированное высшим менеджментом компании в соответствии с корпоративными целями. (В.И. Сергеев Президент Международного центра логистики ГУ-ВШЭ)

Логистическая стратегия организации

состоит из всех стратегических решений, приемов, планов, связанных с цепью поставок и позволяет реализовать уже сформулированную стратегию предприятия в целом.

К основным направлениям логистических стратегий относятся следующие:

- минимизация логистических издержек;
- повышение уровня обслуживания потребителей;
- временные параметры: минимизация времени поставок товаров или доставка точно ко времени, указанному заказчиком;
- предоставление услуг высокого качества;
- гибкость предлагаемой продукции
- гибкость объема предлагаемой продукции
- технология — стремление к разработке и использованию самых современных технологий в области коммуникаций, отслеживания грузов, сортировки упаковок, идентификации продуктов, учета динамики запасов и др.;
- место расположения

Факторы, при разработке логистической стратегии

Внутренние факторы		Внешние факторы
Товары Сотрудники Финансы Маркетинг Мощности Технология	Логистическая стратегия	Политические условия Социальные условия Конкуренты Экономика НТП Поставщики Потребители (спрос)

Виды логистических стратегий

- «Тощая» стратегия
- Динамичной стратегия
- Стратегия формирования союзов с поставщиками и заказчиками
- Стратегия дифференциации
- Стратегии на основе защиты окружающей среды
- Стратегии диверсификации
- Стратегия фокусирования
- Стратегии роста

Этапы стратегического планирования логистической системы

- 1 Формулирование цель логистической системы
Построение дерева целей
- 2 SWOT-анализ
- 3 Определение вариантов функционирования логистической системы с учетом целей ее деятельности и результатов анализа внутреннего потенциала и внешней среды
- 4 Создание оргструктуры
- 5 Сравнение результатов реализации стратегии с целевыми ориентирами логистической системы

Основные логистические стратегии

Вид стратегии

Стратегия минимизации общих логистических издержек

Пути (способы) реализации

- сокращение (оптимизация) операционных логистических издержек в отдельных логистических функциях;
- оптимизация уровней запасов в ЛС;
- выбор оптимальных вариантов «складирование – транспортировка» (переключение с одной логистической функции на альтернативную);
- оптимизация решений в отдельных функциональных областях и/или логистических функциях по критерию минимума логистических издержек;
- использование 3PL подхода и т.п.

Термин 3PL (Third Party Logistics), или логистика третьей стороны

сторона поставщика услуги действительно является третьей, промежуточной, связующей производителя и потребителя.

логистический аутсорсинг - 3PL:

- Перенять у клиента бизнес-процессы и комплекс оказываемых услуг,
- предложить ему существенно сократить и даже отказаться от внутренних, собственных логистических подразделений,
- поручить эти задачи внешним специалистам -.

Определение

Аутсорсинг (анг.)- привлечение, когда это выгодно, к выполнению контрактной работы внешних соисполнителей

Аутсорсинг – передача не основных функций предприятия и всех связанных с ними активов в управление профессиональному подрядчику

Преимущества использования аутсорсинга

- Сокращение затрат (10-40%);
- Возможность сконцентрироваться на ключевом бизнесе;
- Диверсификация рисков;
- Повышения уровня качества предоставляемых услуг компанией;
- Повышение гибкости;

Риски аутсорсинга

- Утечка информации и утрата конкурентного преимущества;
- Зависимость от поставщиков;
- Конфликт целей и интересов

ОАО «Средневолжская Логистическая Компания»



основана в начале 2004 года с целью создания сети складских терминалов по предоставлению полного комплекса логистических услуг

готовы Вам предложить:

1. складская логистика (логистика складирования),
2. транспортная логистика
3. коммерческая логистика,
4. информационная логистика,
5. маркетинговая логистика,
6. закупочная логистика,
7. производственная логистика,
8. промышленная логистика,
9. логистика распределения (распределительная или сбытовая логистика)

Стратегия улучшения качества логистического сервиса

Пути (способы) реализации

- улучшение качества выполнения логистических операций и функций (транспортировки, складирования, грузопереработки, упаковки и т.п.);
- логистическая поддержка предпродажного и послепродажного сервиса;
- логистический сервис с добавленной стоимостью;
- использование логистических технологий поддержки функционального жизненного цикла продукта;
- создание системы управления качеством логистического сервиса;
- сертификация фирменной системы управления качеством в соответствии с национальными и международными стандартами и процедурами (в частности ISO 9000);
- использование процедуры бенчмаркинга и т.д.

Бенчмаркинг

- экс-председатель Американского общества качества (ASQ) Грегори Ватсон:
- "это процесс систематического и непрерывного измерения: оценка процессов предприятия и их сравнение с процессами предприятий лидеров в мире с целью получения информации, полезной для усовершенствования собственной
- «*Benchmarking*» - процедура поиска, анализа и внедрения в практику работы фирмы технологий, стандартов и методов работы лучших (первоклассных) организаций-аналогов.

Этапы проведения бенчмаркинга:

- 1 оценка организации и определение областей для улучшений;
- 2 планирование проекта;
- 3 поиск эталонной компании и выбор формы эталонного сопоставления;
- 4 сбор информации;
- 5 анализ информации, определение ограничений по реализации проекта и разработка плана внедрения;
- 6 внедрение полученного опыта в деятельность организации;
- 7 повторная самооценка и анализ улучшений.

Стратегия минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру

Пути (способы) реализации

- оптимизация конфигурации логистической сети;
- прямая доставка товаров потребителям, минуя складирование;
- использование складов общего пользования;
- использование логистических посредников в транспортировке, складировании, грузопереработке;
- использование логистической технологии «точно в срок»;
- оптимизация дислокации объектов логистической инфраструктуры и др.

Стратегия логистического аутсорсинга

Пути (способы) реализации

- решение «делать или покупать»;
- сосредоточение компании на своих ключевых компетенциях, поиск и 3 PL подход для выполнения не ключевых функций;
- оптимизация выбора источников внешних ресурсов;
- оптимальная дислокация производственных мощностей и объектов логистической инфраструктуры;
- использование инвестиций и инноваций поставщиков;
- оптимизация количества логистических посредников и закрепляемых за ними функций

Логистическая миссия ресторана ООО «МосИнвест»

Удовлетворение потребностей
посредством предложения товаров
(блюд) изготовленных из качественного
сырья, оригинального дизайна;
осуществление заказа в определенные
сроки;

Логистический сервис

- Высококвалифицированный персонал в ресторане
- Выполнение спецзаказов
- Доставка на дом

Стратегией ООО «МосИнвест» является комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента изделий.

SWOT-анализ

Сильный стороны	Слабые стороны
<p>Удобное географическое положение, широкий ассортимент, регулярное обновление меню, постоянные клиенты, отличная репутация, хорошее обслуживание, широкая известность, работает с 11.00 до 06.00, индивидуальный подход к потребностям каждого клиента</p>	<p>Достаточно высокие цены, плохая реклама, отсутствие свободных мест в вечернее время и в выходные и праздничные дни, слабое информирование о правах потребителей парковка,</p>
Возможности	Угрозы
<p>Расширение ассортимента продукции, проведение рекламной кампании</p>	<p>Возможность появления новых конкурентов, неудовлетворенность клиентов качеством продукции, снижение общего уровня , покупательной способности, неблагоприятная политика государства.</p>

Логистическая стратегия

Налаженные взаимоотношения с поставщиками

Наличие производственного цеха

Обучение персонала

Наличие обратной связи с потребителями