

# Тема 3

## Окружающая среда логистики

1 Общая логистическая система, связь ее с окружающей средой логистики

2 Факторы внешней макросреды логистики

3 Факторы внешней микросреды логистики



# Проблемы развития логистики

- Отсутствие квалифицированных кадров
- Неприменение современных технологий
- Слабая логистическая инфраструктура
- непонимание преимуществ использования логистического подхода в управлении компанией

**Логистическая система** — совокупность действий участников логистической цепи (предприятий-производителей, транспортных, торговых организаций, магазинов, и пр.), построенных таким образом, чтобы выполнялись основные задачи логистики.

**Макрологистические системы** – это крупная система, охватывающая предприятия и организации промышленности, посреднические, торговые и транспортные организации различных ведомств, их связи строятся на базе товарно-денежных отношений.

**На уровне макрологистики** выделяют три вида логистических систем.

1. Логистические системы с прямыми связями. Материальный поток проходит непосредственно от производителя продукции к её потребителю, минуя посредников.
2. Эшелонированные логистические системы. В таких системах на пути материального потока есть хоть один посредник.
3. Гибкие логистические системы. Здесь движение материального потока от производителя продукции к её потребителю может осуществляться как на прямую, так и через посредников.

**Микрологистические системы.** Являются подсистемами, структурными составляющими макрологистических систем.

Представляют собой класс внутрипроизводственных логистических систем.

В состав которых входят технологические связанные производства, объединённые одной инфраструктурой.

## Параметры логистических систем.

1. Номенклатура единиц субстанций в потоке (что предстоит поставлять).
2. Объём потока (сколько поставлять).
3. Адресность цели (кому поставлять).
4. Задаваемая скорость потока (когда поставлять).
5. Фиксированные интервалы ожидания проведения промежуточного, конечного контроля и регулирования потоковых процессов в активных узловых пунктах ЛСУ фирмы (задаются изменениями спроса на рынке).

Оборот розничной торговли в России вырос на 24%, в 2007г. году - \$316 млрд.

В 2008г. объем российского экспорта - \$291,5-298,9 млрд.,

в 2009г. - в \$281,2-293,3 млрд.,

в 2010г. - в \$273,5-288,9 млрд.

€600 МЛН –ОБОРОТ КРУПНЕЙШИХ  
РОССИЙСКИХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ  
ХОЛДИНГОВ;

У ЕВРОПЕЙСКИХ ЛОГИСТИКОВ ОБОРОТЫ  
ИСЧИСЛЯЮТСЯ В МИЛЛИАРДАХ



## Лидеры рынка логистических услуг 2007 года

- DPD в России (Москва)
- Группа компаний «РЛС» (Москва)
- Группа компаний "Совтрансавто" (Москва)
- Группа компаний «Совфрайт-Совмортранс» (Москва)
- Компании группы "ФМ Логистик" (Московская область)
- Компания «Кинетика» (Екатеринбург)
- "Логистическая компания "Веста" (Москва)
- Международная холдинговая компания ATL (Санкт-Петербург)
- Национальная Логистическая Компания (Московская область)



# Факторы внешней макросреды ЛОГИСТИКИ

Цена на североморскую нефтяную смесь марки **Brent Crude Oil** на лондонской бирже ICE (InterContinental Exchange Futures) -59,08 доллара за баррель.

На нью-йоркской бирже NYMEX (New York Merchantile Exchange) на американскую легкую нефть марки **Light Sweet Crude Oil** 62,41 доллара за баррель.





"АвтоВАЗ" в 2009 году поставит на Кубу 2 тысячи автомобилей "Лада" планируется создание совместного предприятия "АвтоВАЗа", "УАЗа", ВЭБа и "Кубальсе".

Годовая инфляция в России 2008г. (к октябрю 2007г.) составила 14,2%.

в Бельгии - 5,21%

В Испании - 4,7%,

в Италии - 3,6%,



**Nissan** до декабря текущего года будут уволены **1288** человек

а в сентябре **2009** года останутся без работы еще **392** человека

Таким образом, будут уволены примерно **40%** работников

# Уровень безработицы

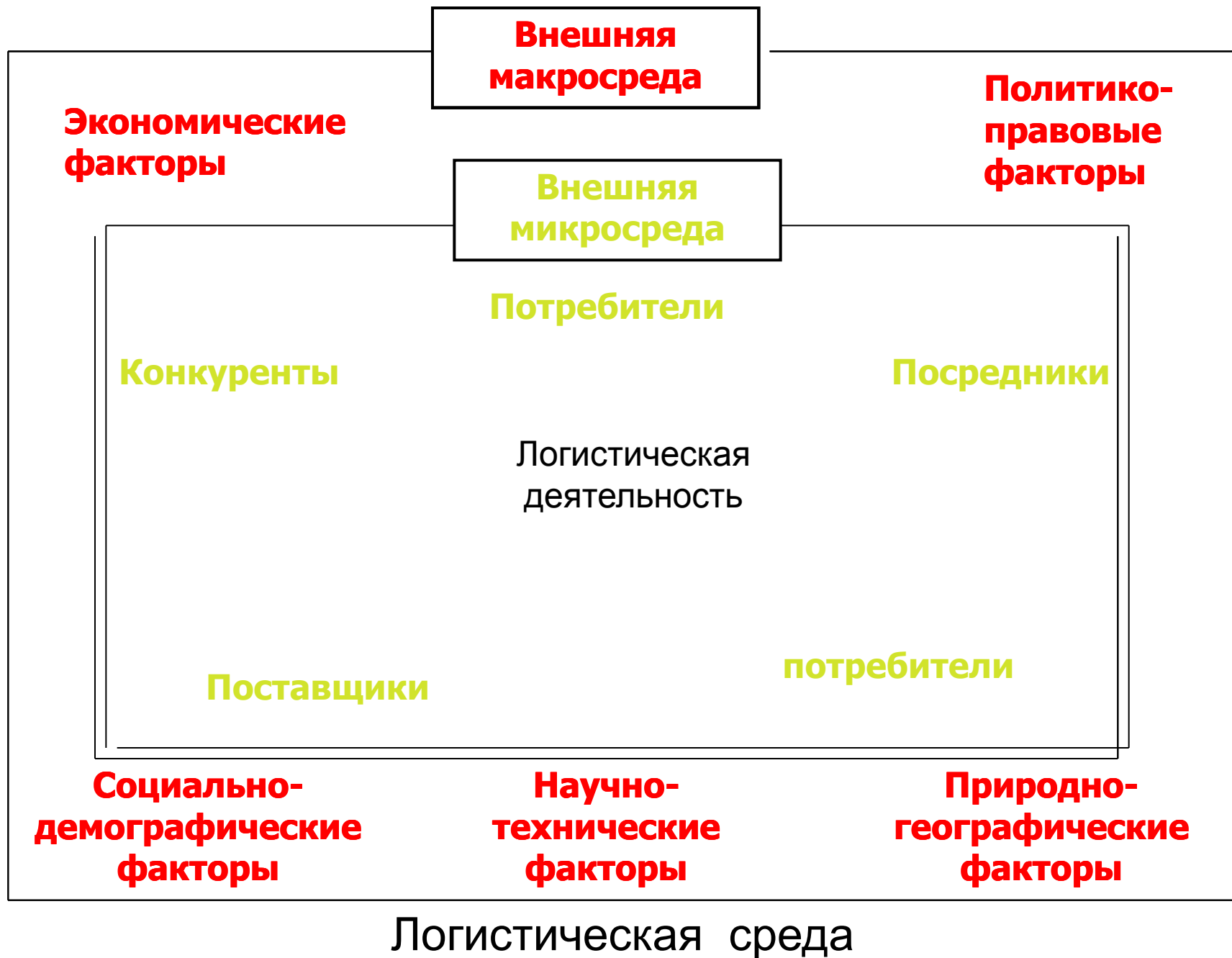
- во Франции - 8,8 %
- в Японии - 4%,
- В России - 5,3%
- В Германии - 7,3%,
- В Канаде - 6,2%,
- В США - 5,5%,
- В Италии - 6,5%,
- В Великобритании, - 5,4%.

# Логистическая среда

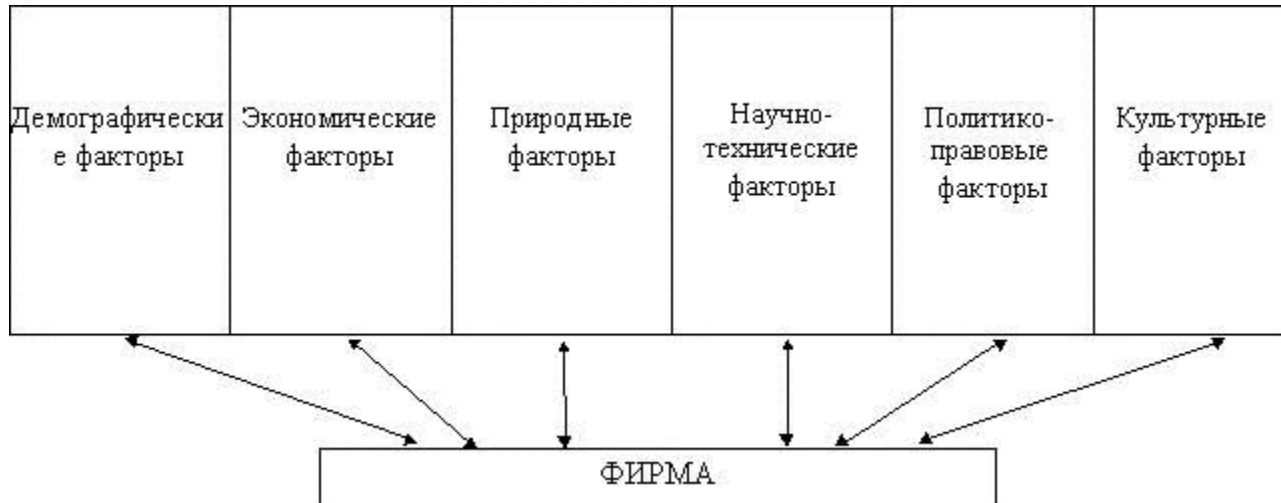
**Окружающая среда логистики** – совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами предприятия, влияющих на его стратегию и неподдающихся непосредственному контролю.

## Логистическая среда:

- ☯ Микросреда: поставщики, посредники, конкуренты, клиенты
- ☯ Макросреда : демографические, экономические, политические, природно-географические, научно-технические, культурно-исторические



# Основные факторы внешней макросреды

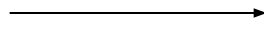




- Демография - наука, изучающая население, с точки зрения его численности, плотности и т.п. Для маркетинга демографическая среда представляет большой интерес, поскольку рынки состоят из людей. Составляется таблица рынков в различных районах и определяется приблизительная численность населения и его структура.

# Социально-демографические факторы

Старение  
нации



Увеличение спроса на  
витамины, пищевые добавки,  
косметические средства





По данным Росстата:

доходы 10% наиболее богатых  
превышали 10% наиболее бедных в 16,8  
раза в 2007 году

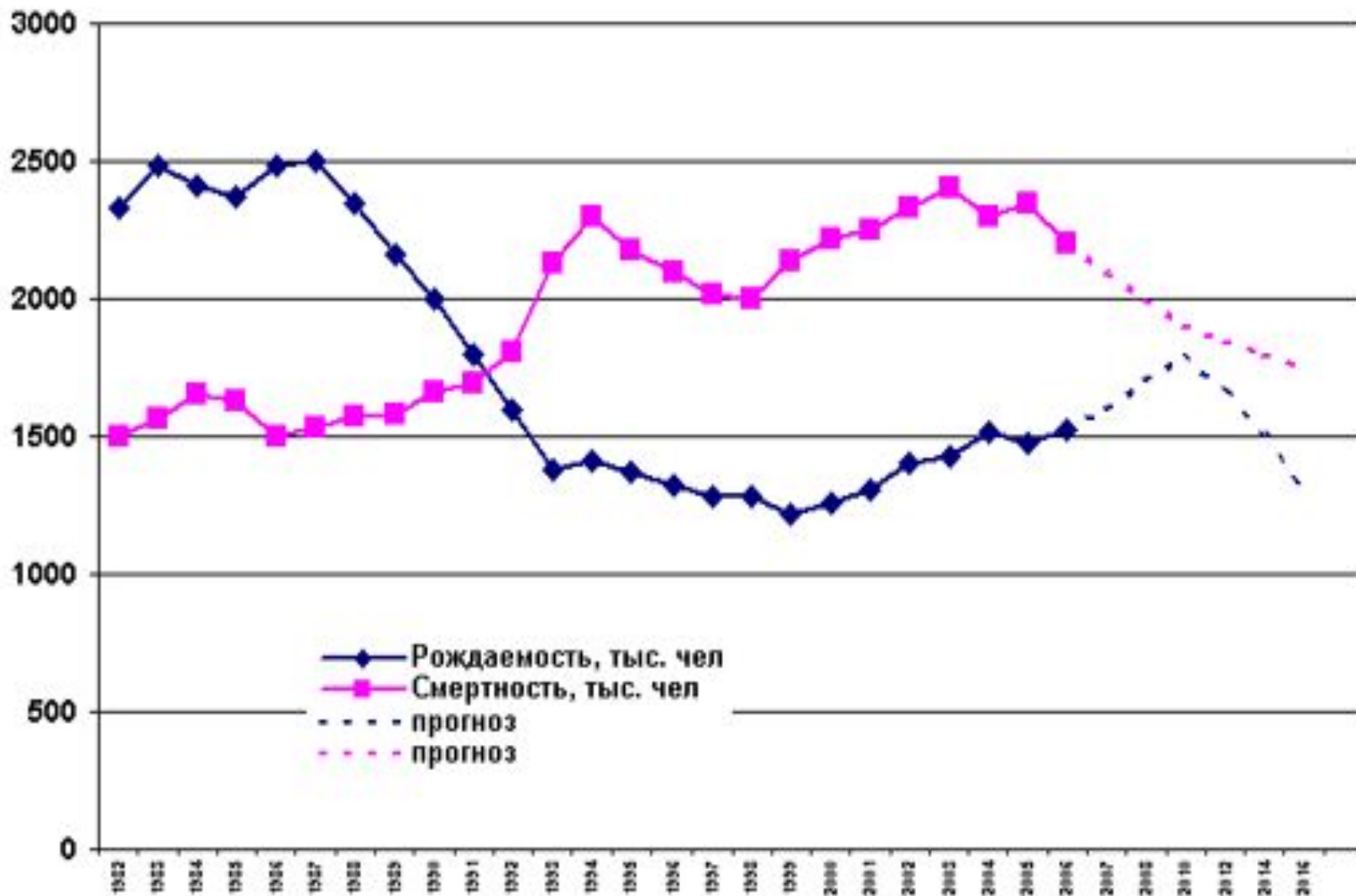
- Согласно прогнозам, к 2010 году российская экономика может испытывать дефицит одного из основных факторов производства – **рабочей силы.**
- **Общая численность населения в РФ в 2020г., по прогнозам МЭР, может снизиться до 140 млн человек.**
- При этом население трудоспособного возраста может сократиться до 77,8 млн человек с 89,9 млн человек в 2007г.
- Согласно концепции-2020, за первый период с 2006г. по 2010г. :
- численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума сократится с 15,2% в 2006г. до **10,4% в 2010г.,** а в конце следующего пятилетия (2010-2015гг.) - до 7,8% и достигнет примерно 11,1 млн человек.

- В 2006-2009гг. предполагается **рост общего коэффициента рождаемости** (с 10,2 человека на 1 тыс. населения в 2005г. до 11,1 человека в 2009г.), что обусловлено увеличением численности женщин в наиболее продуктивном возрасте 20-29 лет.
- **Естественная убыль населения России**, по прогнозу, к концу 2009г. **уменьшится** с 5,9% в 2005г. до 5,3-4%. Утверждает Министерство экономического развития и торговли РФ (МЭРТ РФ).
- **Возрастной состав населения**, начиная с 2009г. **существенно ухудшится**.
- В структуре трудоспособного населения **увеличится доля старших трудоспособных возрастов** (45 лет и старше) и **сократится доля молодых** (до 29 лет). Соответственно, к 2020г. значительно увеличится демографическая нагрузка на трудоспособное население. Так, если в 2005г. на 1 тыс. лиц трудоспособного возраста приходилось 580 нетрудоспособных, то к 2020г. будет приходиться 837 человек.

# Соотношение числа рожденных детей и количества двадцатилетних женщин.

Год	Родилось детей, тысяч	Количество женщин 20-29 лет, тысяч	Родилось детей в расчете на 1000 женщин 20-29 лет
1982	2330	12700	183
1987	2500	11700	213
1992	1600	10200	157
1997	1280	10200	125
2002	1400	10900	129
2007 оценка	1600	11950	134
2012 прогноз	1638	11300	145
2017 прогноз	1310	8450	155

# Рождаемость и смертность в России за период 1982 – 2016 гг.





**В 2009г. число  
безработных в мире  
превысит 200 млн человек**

**Самый высокий уровень безработицы - 10,3% и 9,4% в  
Северной Африке и на Ближнем Востоке,**

**В развитых странах и государствах ЕС уровень безработицы  
увеличился с 5,7% до 6,4%. Численность безработных в данном  
регионе всего за один год увеличилась на 3,5 млн человек.**

**Самый низкий уровень безработицы в Восточной Азии (3,8%), следуют  
Южная Азия - 5,4%, Юго-Восточная Азия и Тихий океан- 5,7% .**

**Численность "работающих бедных", то есть людей,  
зарабатывающих менее 2 долл. в день на каждого члена семьи,  
может возрасти до 1,4 млрд человек (45% всех занятых в мире).**



С 1 января **2009** года минимальный размер оплаты труда повышается до **4330** руб.

Минимальный размер оплаты труда в **2010** году должен будет составлять **6416** рублей, а в **2011** году - **7122** рубля.

Впервые с 1982-1983 годов мировая экономика будет иметь два года подряд снижение спроса на нефтепродукты и нефть



Россия в 2009 году может сократить доходы от экспорта до \$269 млрд, доходы от импорта снизятся до \$245 млрд



- **Темп роста** российской экономики в 2009 году может быть около **нулевой отметки**
- За основу уточненных параметров бюджета-2009 взята среднегодовая **цена нефти** За основу уточненных параметров бюджета-2009 взята среднегодовая цена нефти в 41 **доллар** за баррель, вместо 95 долларов,
- "Абсолютное снижение" экономики США может составить более 2%, в еврозоне - 1%, в Китае - на 6%, возможно, и больше.
- **Инфляция** в нынешнем году будет около **13%**
- **Доходы федерального бюджета в 2009 г** составят 6,5 трлн руб вместо 10,9 трлн руб.
- "**Дефицит ВВП** - 6,1 % будет, если оставить уровень расходов в объеме 9 трлн 24 млрд руб,
- В 2010-2011 гг. у Минфина останется возможность **расходования средств Резервного фонда** для финансирования дефицита бюджета.
- "Девальвация рубля на текущий момент обеспечила 30-40-процентный приток рублей в экономику, и при условии сдерживания инфляции позволит





**Смета олимпийских объектов снижена на 15% по сравнению с первоначальными проектами. Проведена экспертиза, выявлено завышение на 7,5 млрд руб."**

По прогнозам до **70% бюджета Игр** составят затраты на приобретение за рубежом техники и оборудования, и лишь **30%** придется на строительные материалы, производимые внутри страны.

**Победителем в телекоммуникационной категории спонсоров за рекордные \$170 млн в конце января стал "Ростелеком"** (75% минус одна акция принадлежит государству) – "Комстар", МТС, "Вымпелком" отозвали свои заявки на последнем этапе.

## Программы поддержки развития отраслям:

- "Развитие транспортной системы России (2010-2015 годы)",
- "Развитие гражданской морской техники (2009-2016) годы)",
- "Модернизация Единой системы организации воздушного движения РФ (2009-2015 годы)",
- "Национальная система химической и биологической безопасности РФ (2009-2013 годы)".
- "Антитеррор (2009-2012 годы)"
- "Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009-2013 годы",  
и др.
- Объем финансирования новых федеральных целевых программ в 2009 году составит **около 106 млрд рублей**

- Научно – технические факторы  
включают:
  - ускорение научно - технического прогресса;
  - появление безграничных возможностей в создании новых товаров, биотехнологий, робототехники и т.п.;
  - рост ассигнований на НИОКР ;
  - ужесточение госконтроля за качеством и безопасностью товара.

# Научно-технические факторы



- Политико-правовые факторы  
представлены:

- законодательством по регулированию предпринимательской деятельности;
- повышением требований со стороны государства к государственным учреждениям, следящим за соблюдением законов;
- ростом числа групп по защите интересов общественности.



# Закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров» (1996 г)



An advertisement for Baltika No. 3 beer. It features a bottle of beer, a silver car, and three glasses. The text includes: 'АКЦИЯ! РОЗЫГРЫШ КАЖДУЮ НЕДЕЛЮ!' (Action! Lottery every week!), 'БАЛТИКА 3', 'Выиграй автомобиль на РАЗ, ДВА, ТРИ!' (Win a car in one, two, or three!), 'ПРИЗОВАЯ ТРОЙКА' (Prize Trio), and instructions: 'Отправь этикетки или ключи от банк Балтики №3 общим объемом 10 литров на наш адрес. Собери коллекцию бокалов и получи шанс выиграть автомобиль последней марки!' (Send labels or keys from Baltika No. 3 with a total volume of 10 liters to our address. Collect a set of glasses and get a chance to win a car of the latest brand!). There is an '18' age restriction symbol and a 'Sostav.ru' watermark.



Sostav.ru

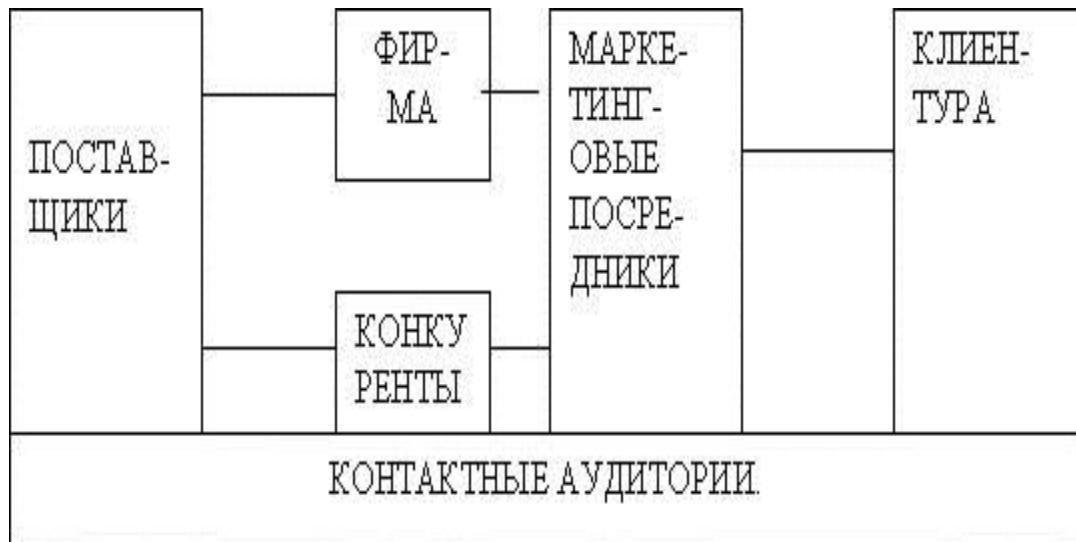
# Закон РФ «О рекламе»

подписан президентом РФ  
13 марта 2006 года



- Культурные факторы определяются:
  - приверженностью к культурным традициям;
  - субкультурой в рамках единой культуры;
  - временными изменениями вторичных культурных ценностей (прически, мода);
  - отношением людей к самим себе - приверженностью к определенным товарам;
  - отношением людей к обществу, природе, к мирозданию (культовые интересы).

## **Основные факторы внешней микросреды функционирования фирмы**



- Поставщики - это деловые фирмы и отдельные лица, обеспечивающие компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров или услуг.
- Посредники - это фирмы, помогающие компании в продвижении, сбыте и распространении ее товаров среди клиентуры.
- Это торговые посредники, фирмы - специализирующиеся по организации товародвижения, агентства по оказанию маркетинговых услуг и кредитно-финансовые учреждения.

- Фирмы - специалисты по организации товародвижения помогают компании создавать запасы своих изделий и продвигать их от места производства до места назначения
- Склады - это предприятия, обеспечивающие накопление и сохранность товаров на пути к их очередному месту назначения. Железные дороги, организации автотранспортных перевозок, авиалинии, грузовой, водный транспорт и другие грузообработчики, перемещающие товары из одного места в другое.

- Агентства по оказанию маркетинговых услуг - это фирмы маркетинговых исследований, рекламные агентства, организации средств рекламы и консультационные фирмы по маркетингу - помогают фирме точнее нацеливать и продвигать товары на подходящие рынки. Фирма должна предварительно изучить услуги, качество их и расценки агентств, чтобы не пришлось затем менять его.
- Кредитно-финансовые учреждения - банки, кредитные компании, страховые компании и прочие организации, помогающие фирме финансировать сделки и страховать себя от риска.

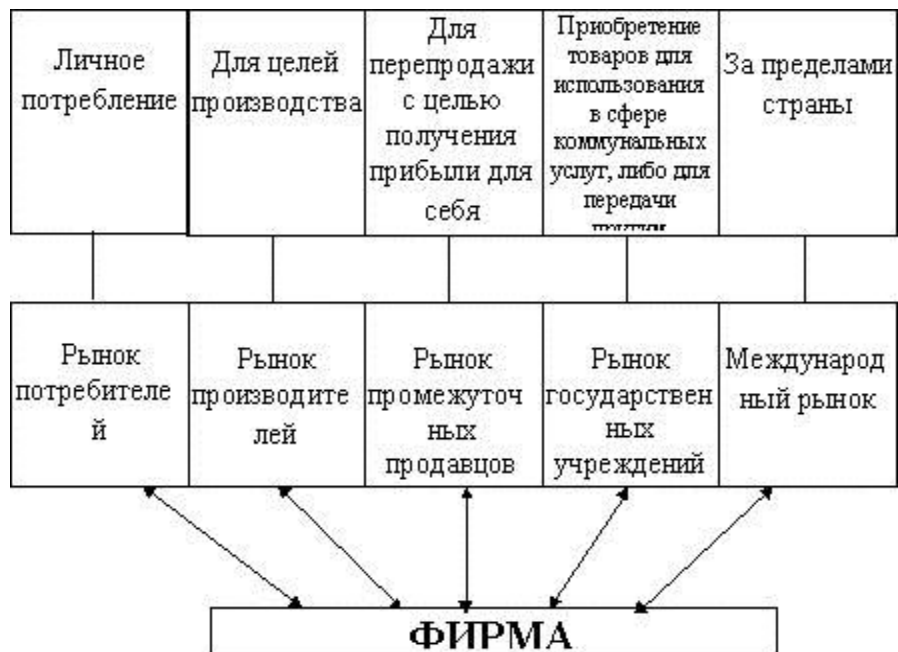


Рис. Основные типы клиентурных рынков



## Субъекты макро- и микро-среды

<i>Макросреда</i>	
Экономическая составляющая	<p style="text-align: center;"><i>Определяется общим развитием экономики:</i></p> <p style="text-align: center;">валовой национальный продукт, темп инфляции, уровень безработицы, бюджет страны и его выполнение, доступность ресурсов, доходы населения, производительность труда, добываемые природные ресурсы, климат, тип и уровень развития конкурентных отношений, структура населения, уровень образованности</p>
Правовая составляющая	<p style="text-align: center;"><i>Устанавливает:</i></p> <p style="text-align: center;">права, ответственность и обязанность организаций, определяет правила деловых взаимоотношений, отношения предприятия с обществом, ограничения на отдельные виды деятельности, права потребителей продукции, порядок регистрации предприятий</p> <p style="text-align: center;"><i>При изучении необходимо выяснить:</i></p> <p style="text-align: center;">действенность правовой системы, сложившиеся традиции, процессуальная сторона практической реализации законодательства</p>
Политическая составляющая	<p style="text-align: center;"><i>Представлена</i></p> <p style="text-align: center;">органами государственной власти и конкурирующими партиями</p> <p style="text-align: center;"><i>При изучении необходимо выяснить:</i></p> <p style="text-align: center;">цели развития общества, приоритеты в развитии в развитии экономики и регионов, характер политической борьбы, силы различных лоббистских групп, возможности и направления развития политической системы, способности правительства эффективно проводить в жизнь свою программу, степень общественной поддержки программы</p>
Социальная составляющая	<p style="text-align: center;"><i>Представляет</i></p> <p style="text-align: center;">комплекс социальных явлений и процессов, которые подлежат изучению, так как они оказывают на выбор целей, средств их достижения, особенности работы предприятия</p> <p style="text-align: center;"><i>При изучении необходимо выяснить:</i></p> <p style="text-align: center;">отношение людей к работе и качеству жизни, существующие обычаи, разделяемые людьми ценности, демографические структуры, уровень образования, мобильность людей к перемене места жительства</p>
Технологическая	<p style="text-align: center;"><i>Представлена</i></p> <p style="text-align: center;">факторами научно-технического прогресса, которые являются основными причинами появления новых</p>

# Управление цепью поставок

**Цепочка поставок** – глобальная сеть, которая преобразует исходное сырье в продукты и услуги, необходимые конечному потребителю, используя спроектированный поток информации, материальных ценностей и денежных средств

**Управление цепочкой поставок** – процесс от формирования заказа до доведения товара до конечного потребителя

# Принципы SCM

- Планирование
- Закупки
- Производство
- Доставка
- Возврат

# Задачи SCM

- Сокращение цикла планирования и увеличение горизонта планирования за счет получения надежной и своевременной информации
- Оптимизация расходов за счет возможности определения стратегических контрагентов, оптимального выбора закупаемых изделий и их поставщиков, поддержки взаимодействия с ними в режиме реального времени
- Снижение производственных издержек через оптимизацию потоков и оперативную организацию обмена информацией между участниками
- Снижение складских издержек за счет приведения объемов производства в соответствии со спросом
- Повышение качества обслуживания потребителей достигается за счет оперативности и гибкости процесса поставки

## Преимущества оптимизации SCM

- ❖ Увеличение прибыли от **5% до 15%**
- ❖ Уменьшение стоимости и времени обработки заказа от **20% до 40%**
- ❖ Сокращение времени выхода на рынок от **15% до 30%**
- ❖ Сокращение закупочных издержек от **5% до 15%**
- ❖ Уменьшение складских запасов от **20% до 40%**
- ❖ Сокращение производственных затрат от **5% до 15%**

# Обратная логистика

Обратная логистика (Reverse Logistics) – это часть процесса управления цепочкой поставок - «управление возвратами».



## Преимущества использования «обратной логистики»

- Эффективная обратная логистика выступает рекламой для компании, донося до клиента «послание», что данная компания социально ответственна и стремится работать на благо потребителя;
- Управление возвратом чрезвычайно эффективно. Быстро доставленные возвращаемые товары могут быть запущены заново в цепочку поставок: либо в их текущем состоянии, либо после соответствующей доработки.
- Быстро доставленные возвращаемые товары могут послужить низкозатратным источником для получения запчастей, ведь возвращаемые товары можно разобрать на составляющие.

**Сунь Цзы** (Китай 4 в. до н.э.): «Если вы знаете врага и знаете себя, то ваша победа не подлежит сомнению».

**Бенчмаркинг** (анг.) – процедура поиска, анализа и внедрения в практику работы фирмы технологий, стандартов и методов работы лучших организаций – аналогов.



# Бенчмаркинг

	Определение	Автор
<b>Бенчмаркинг</b>	поиск лучших методов, которые ведут к улучшению деятельности	<b>Роберт Кэмп</b>
	процесс систематического и непрерывного измерения и оценка процессов предприятия и их сравнение с процессами предприятий лидеров с целью получения информации, полезной для усовершенствования собственной деятельности	<b>Грегори Ватсон</b>

## 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.

# 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

# CRM (Customer Relationship Management)

**CRM (Customer Relationship Management)**- система взаимоотношений с клиентами.

**CRM**- эффективная организация работы с клиентами

**CRM** -не только программное обеспечение, но и стратегия бизнеса

# Цели внедрения CRM

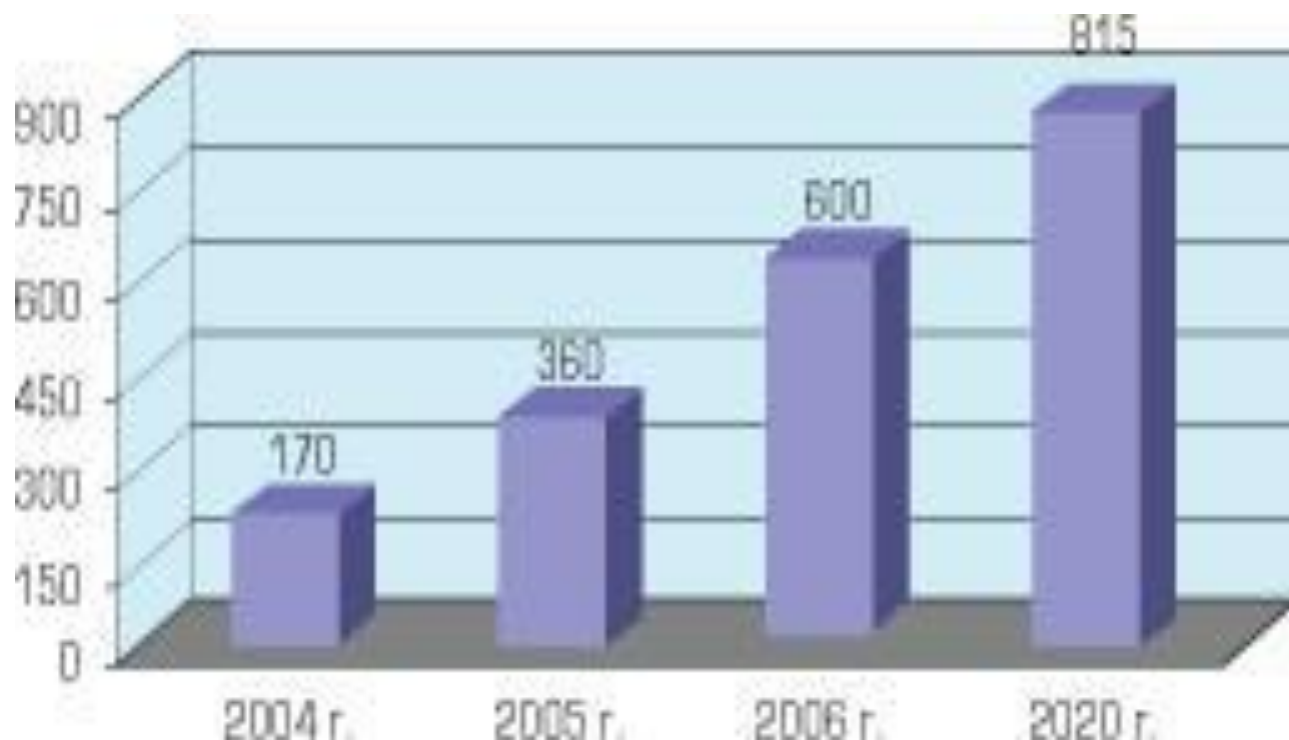
- ✓ Ведение общей клиентской базы
- ✓ Ведение истории взаимоотношений с клиентами
- ✓ Анализ повторных покупок
- ✓ Анализ структуры продаж и эффективности отдельных ее этапов
- ✓ Анализ жалоб, претензий
- ✓ Контроль работы с клиентами

# Преимущества использования CRM

- ❖ Увеличение продаж
- ❖ Повышение качества обслуживания клиентов
- ❖ Увеличение числа повторных покупок
- ❖ Повышение лояльности покупателей
- ❖ Покупка дополнительных товаров и услуг



ЕврАзЭС - молодая международная организация, созданная с целью экономической интеграции ее членов: Беларусь, Казахстан, Киргизия, Россия, Узбекистан и Таджикистан. Статус наблюдателя получили Молдова, Украина и Армения.



Динамика грузопотоков по территории ЕврАзЭС в млн. тонн

## Планируемые экономические показатели от ратификации Концепции :

- транспортная составляющая в стоимости товаров, произведенных в странах Сообщества, может быть снижена не менее чем на 7-8%;
- объем транзитных перевозок будет увеличен на 150 млн. тонн грузов;
- за 12 лет реализации Концепции в транспортной и смежных отраслях будут созданы не менее 100 тысяч новых рабочих мест;
- уровень загрязнения окружающей среды от вредных выбросов транспортной отрасли в совместных проектах ЕврАзЭС снизится не менее чем на 15%;
- во все инвестпроекты будет вложено до 52 млрд. долларов частных инвестиций.