

Экономические основы ЛОГИСТИКИ

Функции менеджмента:

планирование

это формирование цели управления, выбор путей и методов достижения этой цели

организация

это создание оптимальной структуры управления, направленное на достижение цели организации

мотивация

это совокупность методов, стимулирующих работников к наиболее эффективной работе

контроль

это система регулирования деятельности работников по выполнению работы определенного количества и качества

Комплекс маркетинга (4P)

Продукт

- Номенклатура продукта
- Качество
- Дизайн
- Характеристики
- Торговая марка
- Упаковка
- Обслуживание
- Гарантии
- Возврат

Цена

- Прейскурант
- Скидки
- Надбавки
- Периодичность платежей
- Условия кредита

Место

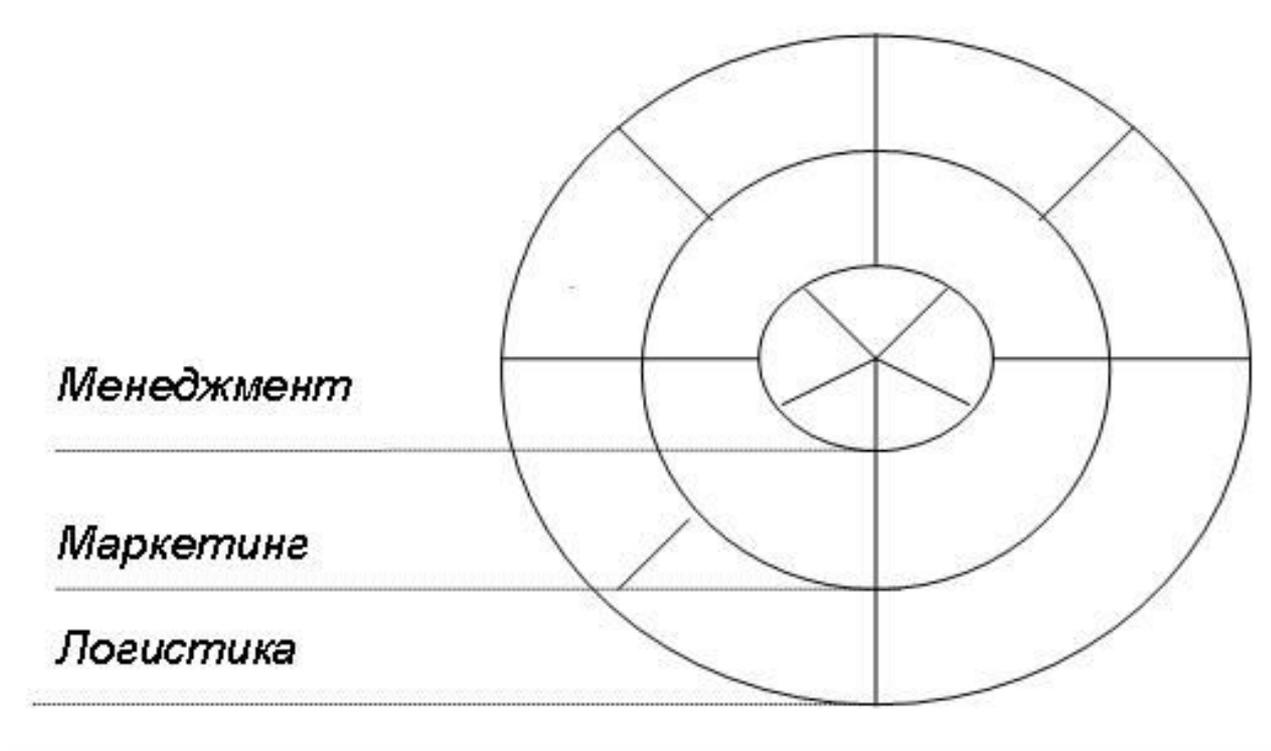
- Каналы распределения
- Охват рынков
- Зона распределения
- Расположение рынка сбыта
- Управление запасами
- Транспорт

Продвижение

- Стимулирование сбыта
- Реклама
- Управление продажами
- Связи с общественностью
- Личные продажи
- Организация выставок
- Организация промоушн акций

Ниже перечислены комплексы объектов управления в рыночных условиях:

- Время.
- Цели.
- Концентрация.
- Структура.
- Цена.
- Количество.
- Затраты.
- Распределение.
- Качество.
- Персонал.
- Место.
- Товар.
- Продвижение.
- Задачи.
- Технология.
- Товародвижение.



Необходимо их распределить по основным концепциям, то есть выбрать, что относится к вопросам менеджмента, маркетинга и логистики.

2. Экономические компромиссы — категория, применяемая в процессе принятия решения по комплексу вопросов предпринимательской деятельности. Она выражается в расчетах, отражающих интересы как различных подразделений фирм, так и всех фирм — участниц логистического процесса. Однако, когда принятие решений находится под воздействием большого числа переменных, гармонизация интересов достигается не путем расчетов, а сравнением качественных характеристик деятельности фирм.

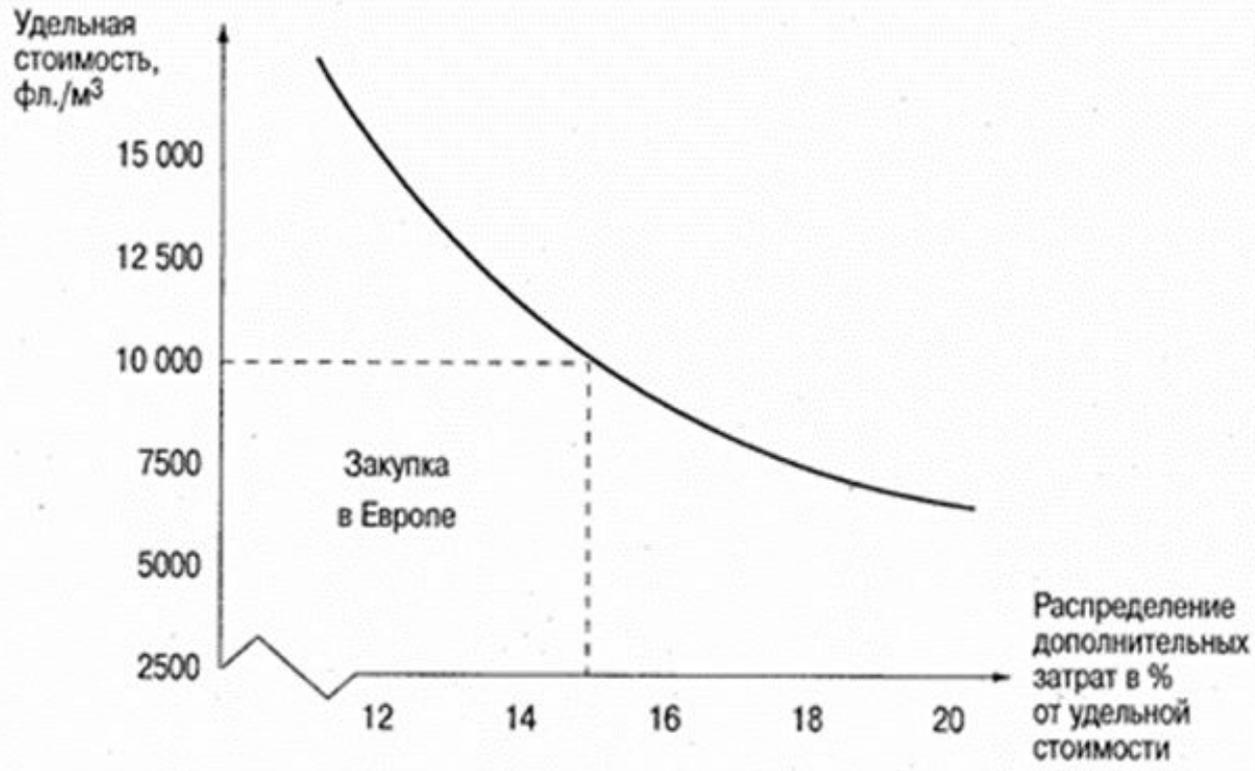
- ✓ Определить поставщика комплектующих голландской компании, построить кривую выбора поставщика. Рассматриваются два варианта: закупка в Европе или в Юго-Восточной Азии.

Критерии принятия решений: закупочная цена, транспортные затраты, затраты на запасы и качество изделий, гибкость и надежность поставки. В случае отгрузки продукции из Юго-Восточной Азии необходимо преодолеть большие расстояния, чем при отгрузке из Европы. Транспортные затраты будут значительно выше, а более длительные сроки перевозки потребуют дополнительных запасов в сети снабжения и дополнительных страховых запасов, гарантирующих бесперебойное производство. Более того, продукция из стран Юго-Восточной Азии часто подлежит обложению импортными пошлинами, а отгрузки из Европы — не обязательно. В табл. перечислены дополнительные факторы, возникающие при отгрузке продукции из Юго-Восточной Азии. Цена комплектующих данной удельной стоимостью 10000 фл./м³ и в Европе равна 120 фл., а в странах Юго-Восточной Азии — 100 фл.

Дополнительные факторы, возникающие в случае отгрузки продукции из стран Юго-Восточной Азии

Фактор	Величина показателя
Тариф на транспортировку грузов морем	150 фл./м3
Импортная пошлина на вывоз товаров	12 %
Процентная ставка на запасы: а) в пути б) страховые	10 % 10 %
Продолжительность транспортировки	25 дней
Дополнительные страховые запасы комплектующих у получателя	7 дней

Удельная стоимость, фл./м3 груза	Затраты, фл./м3					
	Тариф	Расходы на импортные пошлины	Расходы на запасы в пути	Расходы на страховые запасы	Всего	Доля расходов в удельной стоимости, %
4000	150					
6000	150					
8000	150					
10000	150					
12000	150					



Кривая выбора поставщика