**ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ЛОГИСТИКИ**

3.1. Логистические операции и функции: понятие и классификация.

 3.2. Понятие и элементы логистического процесса. Семь правил логистики.

**3.1. Логистические операции и функции:
понятие и классификация** **[9]**

**Логистическая** **операция** представляет собой обособленную совокупность действий, направленных на преобразование материального потока. Примерами типичных логистических опера­ций являются упаковка, погрузка, транспортировка, складиро­вание, внутрипроизводственное перемещение сырья и полуфабрикатов при изготовлении продукции, сбор, хранение и обработка информации, соответствующей материальному потоку. Затраты на последние из названных операций составляют значительную долю логистических издержек.

Логистические операции классифицируют по двум основным признакам:

1) по отношению к логистической системе;

2) по созданию добавленной стоимости.

В связи с тем, что выполнение логистических операций с входным и выходным материальными потоками отличается от выполнения этих операций внутри логистической системы, различают *операции одно- и двусторонние*. В одно­сторонних операциях право собственности на товар и страхо­вые риски не переходит с одного юридического лица на другое, в двусторонних такой переход осуществляется.

Отдельные логистические операции являются продолжением технологического процесса производства (упаковка, погрузка) и могут изменять потребительские свойства товара, в связи с чем их относят к категории *логистических операций с добавленной стоимостью*. *Логистические операции,* не изменяющие потребительную стоимость товара, относят к категории операций *без добавленной стоимости* (оформление документов).

Укрупненную группу логистических операций, решающую определенную задачу и характеризуемую задаваемыми значениями показателей, называют ***логистической функцией****.*

В рамках функциональных областей логистики (*внутри предприятия*) – закупка, производство, распределение – рассматривают следующие логистические функции: планирование товаров и услуг, обеспечение производства сырьем, материалами и комплектующими изделиями, пополнение запасов в системе распределения, контроль за производственными процессами, развитие складского хозяйства, финансирование и приобретение технологического оборудования, организацию работы внутризаводского транспорта, управление запасами готовой продукции.

*Вне предприятия* выполняются следующие логистические функции: формирование хозяйственных связей по поставкам товаров или оказанию услуг, установление объемов и направлений движения материальных потоков, прогнозные оценки потребности в перевозках, определение звенности продвижения товаров, размещение объектов складского хозяйства, управление запасами в сфере обращения, перевозки магистральным транспортом. Исполнителями этих функций являются предприятия магистрального транспорта, оптовой торговли, коммерческие посредники и склады готовой продукции предприятий-изготовителей.

*На уровне организации бизнеса выделяют базисные, ключевые и поддерживающие функции*. Их содержание и перечень основных логистических операций отражает рисунок 3.1 [9].

Погрузка

Разгрузка

Затаривание

Экспедирование грузов

Перевозка грузов

Хранение грузов

Приемка и отпуск товара со склада

Перегрузка

Сортировка,
комплектация

Консолидация
грузов

Разукрупнение
грузов

Сбор, хранение, передача информации о грузах
(товарах)

Расчеты с поставщиками и покупателями

Страхование грузов

Передача прав собственности
на товар

Таможенное оформление

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ОПЕРАЦИИ И ФУНКЦИИ

ОПЕРАЦИИ

Базисные

Ключевые

Поддерживающие

Закупка

Производство

Распределение

Сервис

Соблюдение

стандартов

Управление

закупками

Транспортировка

Управление запасами

Управление процедурами заказов

Управление производственными процедурами

Ценообразование

Физическое распределение

Складирование

Грузопереработка

Защитная упаковка

Обеспечение запасными частями
и сервисное
обслуживание

Сбор обратных
отходов

Информационно-компьютерная
поддержка

Управление
финансовыми
потоками

ФУНКЦИИ

Рис. 3.1. Схема-классификация логистических операций и функций

**3.2. Понятие и элементы логистического процесса.
Семь правил логистики**

Понятие логистического процесса связано с построением и функционированием логистической системы. В общем случае **процесс** – последовательная смена состояний, стадий развития, совокупность последовательных действий для достижения какого-либо результата (например, производственный процесс – последовательная смена операций и т.п.).

Сам термин «логистический процесс» используется не так часто, как остальные основные понятия логистики. Например, А.Н. Родников определяет **логистический процесс** как «упорядоченную на оси времени последовательность логистических операций, направленную на обеспечение потребителей продукцией соответствующего ассортимента и качества в нужном количестве в требуемое время и место» [15].

С корпоративных позиций цель построения логистического процесса должна совпадать с целью сформированной логистической стратегии фирмы (целью построения логистической системы). В определении А.Н. Родникова в качестве целевой функции формирования логистического процесса выступает **логистический микс**, правда, в несколько усеченном виде (ничего не говорится о затратах).

**Логистический процесс** – определенным образом организованная во времени последовательность выполнения логистических операций/функций, позволяющая достигнуть заданные на плановый период цели логистической системы или ее функциональных подразделений.

Дадим характеристику базовых процессов в логистике (элементов логистического процесса), соответствующих функциональным областям логистики.

**Снабжение (закупки)**

Деятельность, связанная с приобретением продуктов и материалов у внешних поставщиков, требует планирования потребности в ресурсах, выбора источника поставок, переговоров об условиях поставок, размещения заказов, транспортировки, получения, проверки соответствия, хранения, обработки и контроля качества ресурсов; включает в себя координацию с поставщиками в графиках, сроках и бесперебойности поставок; хеджирование рисков; поиск новых источников или разработку новых схем поставок. Главная цель – поддержка производства и продаж путем своевременных закупок с наименьшими общими издержками.

**Материально-техническое обеспечение производства**

Деятельность, связанная с планированием и поддержкой производственного процесса, требует составления календарных планов (графиков) выпуска продукции, хранения незавершенного производства, обработки, транспортировки и своевременного пополнения запасов материалов и комплектующих; включает в себя хранение запасов на производственных площадках, а также максимально гибкую координацию между производством и физическим распределением в географическом и временном аспектах.

**Физическое распределение**

Деятельность, связанная с обслуживанием потребителей, требует получения и обработки заказов; размещения, хранения и обработки запасов; транспортировки внешним потребителям по распределительным каналам; включает в себя координацию с маркетинговыми каналами в вопросах ценообразования, стимулирования сбыта, уровня сервиса, условий поставки, процедур возврата товара, поддержки жизненного цикла. Главная задача – помощь в создании дохода от реализации путем обеспечения предусмотренного стратегией уровня обслуживания потребителей с минимальными общими издержками.

Для достижения целей логистической деятельности взаимодействие элементовлогистического процесса должно соответствовать *семи правилам логистики*, или так называемому **логистическому миксу**. В некоторых источниках – шесть золотых правил логистик, или шесть сигм логистики, – поиск нужного потребителя в этом случае рассматривается как маркетинговая задача. Для сравнения – маркетинговая концепция управления предприятием начинает работать только, если создан *маркетинговый микс*, или *маркетинг-микс*, или *система 4-Р*: товар, его цена, места распределения и способы продажи. Маркетинг-микс (4-P):

1. Product – продукт – от изучения спроса, разработки до внедрения.

2. Price – цена – разработка ценовой политики.

3. Place – распределение, т. е., другими словами, вся цепочка, которую проходит товар от производителя к потребителю.

4. Promotion – продвижение, средства, используемые для продвижения товара на рынок. Сюда входят реклама, общественные связи, стимулирование сбыта, директ-маркетинг и т.д.

Семь правил логистики представлены на рисунке 3.2.

63

1. **Правило «семи Н»**

1. Обеспечение **нужного** продукта

2. **Нужного** количества

3. **Нужного** качества

4. В **нужном** месте

5. В **нужное** время

6. Для **нужного** потребителя

7. С **наилучшими** затратами

**Потребитель**

**Количество**

**Затраты**

**Качество**

**Место**

**Продукт**

**Время**

Рис. 3.2. Семь правил логистики (логистический микс)