

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/diplomnaya-rabota/152852>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Логистика

Содержание

Введение 3

Глава 1 Теоретические основы логистической деятельности предприятия 6

1.1. Принципы, задачи и концепции логистики 6

1.2. Роль логистики в деятельности предприятия 13

1.3. Особенности логистических методов в работе предприятия и их эффективность 24

Выводы по Главе 1 28

Глава 2 Анализ логистической деятельности предприятия ООО «РОЛЬФ – ЭСТЕЙТ САНКТ ПЕТЕРБУРГ» 30

2.1. Характеристика ООО «РОЛЬФ – ЭСТЕЙТ САНКТ ПЕТЕРБУРГ» 30

2.2 Логистическая концепция фирмы 34

Выводы по Главе 2 43

Глава 3 Предложения по повышению эффективности логистической деятельности предприятия ООО «РОЛЬФ – ЭСТЕЙТ САНКТ ПЕТЕРБУРГ» 44

3.1. SWOT анализ логистической деятельности предприятия ООО «РОЛЬФ – ЭСТЕЙТ САНКТ ПЕТЕРБУРГ» 44

3.2. Рекомендации по повышению эффективности логистической деятельности предприятия ООО РОЛЬФ-ЭСТЕЙТ САНК ПЕТЕРБУРГ 47

Выводы по Главе 3 55

Заключение 56

Список используемой литературы 59

Приложение 62

Введение

В настоящее время для получения конкурентного преимущества на различных сегментах рынка, производители ориентируются на дифференцировании стоимости товара, сокращении цикла заказа, корректировки ассортимента, увеличении охвата рынка и т.д.

Таким образом, эффективное функционирование коммерческой деятельности компании зависит от многих факторов. Одним из наиболее важных факторов, которые успешно помогают предприятиям в достижении их целей, является правильная логистика всех потоков предприятия.

По сути, средства передачи логистики — это объекты, которые должны быть доставлены в нужное место и к нужным людям надлежащим образом, эффективно и своевременно. В целом логистика отражает движение контента от точки к точке. Но, что касается управления коммерческой деятельностью предприятия, то тут логистика — это нечто гораздо больше, чем бесперебойное движение товаров. В крупных и сложных проектах коммерческих предприятий логистика может включать процедуры поддержания удобного потока, надлежащего планирования и прогнозирования управления маршрутом транспортировки, управления запасами, хранения, упаковки, страхования, координации и транспортировки товаров. При этом вместе с меняющимися условиями производства, меняются и требования к логистическому процессу, требующему периодического пересмотра и повышения эффективности. Следовательно, работа, цель которой - исследование эффективности логистической деятельности предприятия, является актуальной.

Анализируемое в данной работе предприятие – ООО «Рольф-Эстейт Санкт Петербург» .

Таким образом:

Объектом данного исследования является предприятие ООО «Рольф-Эстейт Санкт Петербург».

Предметом данного исследования является эффективность логистической деятельности.

Для достижения поставленной цели были сформированы следующие задачи:

- провести обзор принципов, задач и концепций логистики;
- определить роль логистики в деятельности предприятия;

- охарактеризовать особенности логистических методов в работе предприятия и их эффективность;
- определить характеристику ООО «РОЛЬФ – ЭСТЕЙТ САНКТ ПЕТЕРБУРГ»;
- сформулировать логистическую концепцию фирмы;
- привести SWOT анализ логистической деятельности предприятия ООО «РОЛЬФ – ЭСТЕЙТ САНКТ ПЕТЕРБУРГ»;
- привести рекомендации по повышению эффективности логистической деятельности предприятия ООО РОЛЬФ- ЭСТЕЙТ САНК ПЕТЕРБУРГ.

Материалами исследования послужили работы по транспортной логистике А. М. Гаджинского , В. Д. Волкова , Б.А. Аникина , В.А. Шумаева , И.Н. Лаврикова и др.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть применены в теории оптимизации логистической деятельности предприятия.

Структура данного исследования состоит из введения, трех глав, заключения. списка используемой литературы и приложения.

Глава 1 Теоретические основы логистической деятельности предприятия

1.1. Принципы, задачи и концепции логистики

В широком смысле логистика – это наука 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.

В узком смысле (с позиций бизнеса) логистика – это интегральный инструмент менеджмента, способствующий достижению стратегических, тактических или оперативных целей организации бизнеса за счет эффективного (с точки зрения снижения общих затрат и удовлетворения требований конечных потребителей к качеству продуктов и услуг) управления материальными и (или) сервисными потоками, а также сопутствующими им потоками информации и финансовых средств .

Кроме материальных потоков, для оптимальной работы логистики важен также информационный поток, который несет в себе сведения о требованиях к ассортименту продукции, качеству товара, процедуре заказа и доставки продукции на рынок.

В логистике обособленная совокупность действий, направленная на преобразование материального или информационного потока, называется логистической операцией .

К логистическим операциям относятся, например, погрузка, разгрузка, затаривание, перевозка, приемка и отпуск со склада, хранение, перегрузка с одного вида транспорта на другой, сортировка, маркировка, сбор, хранение, передача прав собственности на товар и т. д.

Известно, что логистику можно представить как науку об управлении и оптимизации движения вещественных, энергетических и связанных с ними информационных потоков в различных системах, для достижения поставленных перед ними целей – удовлетворения требований потребителей .

Как видно из рисунка 3, информация содержит в виде знаний нормативно-правовые данные и в виде сведений – конкретные данные по логистическому потоку.

Далее, в практической части работы, информационные системы помогут расширить комплекс логистических услуг сбыта.

Как и любая из систем, логистическая система предприятия должна обладать определенными свойствами . Как видно из рис.4, логистическая система должна иметь целостность и членимость, т.к. система – это, по определению, целостная совокупность элементов, взаимодействующих друг с другом. Следует иметь в виду, что элементы существуют лишь в системе. Вне системы это лишь объекты, обладающие потенциальной способностью образования системы.

Так как целью логистической системы является доставка товаров и изделий в заданное место, в нужном количестве и ассортименте, в максимально возможной степени подготовленных к производственному или личному потреблению при заданном уровне издержек , а доставка невозможна без осуществления такой базисной логистической операции, как сбыт (рис.1), то возникает необходимость рассмотреть виды сбытовой деятельности предприятий подробнее.

В процессе развития логистики возникли и получили развитие ряд логистических концепций.

Часто возникает некоторая путаница в понятиях планирования потребности в материалах, количества экономического заказа и своевременности. Целью данной статьи является описание различий между методами планирования потребности в материалах (MRP) для экономического заказа (EOQ) и just in time (JIT) и планирования материалов. Оба подхода распространены в производственной среде. Однако каждый

метод лучше всего использовать в ситуациях, когда они соответствуют критериям. Ниже приводится краткое изложение двух методов и описание того, когда каждый из них лучше всего подходит для серийного или непрерывного производства. В некоторых случаях используются оба метода одновременно. Равный объем заказа (EOQ) - это функция в системах планирования потребности в материалах. EOQ устанавливает размер партии производственного цикла или размер партии поступления приобретенного продукта равным количеству, которое получается, когда затраты на заказ равны затратам на хранение. Первоначально разработанная для процессов серийного производства в IBM, концепция была пересмотрена и теперь включает в себя покупные детали. EOQ используется в мастерских или в индивидуальных пакетных заказах. EOQ позволяет эффективно использовать инвентарные активы и оптимизировать затраты. Однако размер пакета не так эффективен, как методы JIT.

JIT-методы предполагают, что размер партии равен единице, а возможная частота доставки - наиболее частая, необходимая с учетом минимальных размеров партии. Оптимальный размер партии часто нецелесообразен. Большинство компаний устанавливают размер партии (в канбане) на количество, необходимое для производства продукта, запланированного на одну рабочую смену. Идея состоит в том, чтобы свести размер партии к минимуму, доставить как можно больше раз, используя минимально возможный размер партии.

JIT - это система спроса-вытягивания, управляемая заказами клиентов, и поскольку это вытягивающая система, отдельные канбаны настроены на создание минимального незавершенного производства и уровней запасов готовой продукции. Каждый запрос спроса клиентов приводит к соответствующему каскадному запросу в каждом канбан-местоположении. Когда продукт извлекается из Канбана, рабочая станция пополняет только количество, необходимое для завершения Канбана.

Методы JIT требуют точных прогнозов и серийного производства.

Динамический планировщик перемещается по фабрике и расположению готовой продукции и корректирует прогнозы в соответствии с тенденциями в активности заказов. Планировщик также определяет, следует ли корректировать количество Канбан.

Некоторые компании сочетают эти два метода. Выбор процесса JIT для незавершенного производства и метода MRP (EOQ) для заказа приобретенных деталей.

JIT закупок запчастей создает проблемы для компаний цепочки поставок. При создании канбанов для поставщиков некоторые могут выбрать использование процесса MRP для создания достаточного количества для заполнения канбанов клиентов готовой продукции поставщика. Этот процесс, как правило, сводит на нет цель JIT.

При принятии решения о том, какой метод использовать, следует учитывать степень точности прогнозов и наличие серийного производства. Когда прогнозы неточны или когда производство основано на графике работы цеха, MRP является предпочтительным методом. Среди прочих логистических концепций и технологий, возникших в последние годы, стоит отметить следующие: концепция DDT – Demand-driven techniques (логистика, ориентированная на спрос); концепция ECR – Effective Customer Response (Эффективная реакция на запросы потребителей); концепция Value added logistics (логистика добавленной стоимости); концепция Time-based logistics (логистика в реальном масштабе времени); концепция Virtual logistics (виртуальная логистика); концепция E-logistics (электронная логистика).

1.2. Роль логистики в деятельности предприятия

Эффективность работы производственного предприятия связана не только возможностью достижения целей предприятия, но и способностью организации реагировать на происходящие изменения. Для этого менеджеры предприятия должны иметь возможность применять логистические методы в организации, в том числе, финансовых и материальных потоков.

Совершенствование системы управления коммерческой деятельностью организации представляет собой внесение прогрессивных изменений в управление, направленных на повышение эффективности деятельности предприятия. Необходимость таких изменений обусловлена как внешними факторами, такими как обострение конкуренции предприятий, наличие неопределенности, так и внутренними – увеличением количества организационной информации, необходимостью стратегического планирования. Важными элементами логистики предприятия являются следующие:

-Бизнес-концепции, которые подразумевают различные производственные среды, используемые для процесса трансформации, и финансовые основы. Здесь имеют место три наиболее распространенных подхода к управлению в масштабах компании (MRP II, JIT и TQM) вместе с их взаимосвязями.

-Элементы цепочки поставок (1. Поставщик, 2 Производитель, 3. Дистрибьютор, 4. Розничный продавец, 5. Заказчик, 6. Сервис и поддержка)

-Операционная среда (1. Определение и влияние, 2. Выбор процесса, 3. Влияние дизайна продукта, 4. Производственная среда)

-Финансовые основы (1. Заявления, 2. Затраты, 3. Анализ)

-Планирование производственных ресурсов (MRP II, 1. Цели

-Основные принципы и характеристики

-Планирование спроса

В этом разделе рассматривается планирование спроса, включая базовое понимание рынков и ожиданий клиентов, определение стоимости и фундаментальный обзор прогнозирования спроса.

-Ориентировано на рынок (1. Клиенты, 2. Конкуренты, 3. Экономика и регуляторная политика).

-Ожидания клиентов и определение ценности (1. Порядок победителей / отборочных, 2. Маркетинговая стратегия, Отношения с клиентами

-Управление спросом (1. Источники спроса, 2. Управление прогнозом, 3. Планирование требований к распределению (DRP))

-Преобразование спроса в предложение (проектирование, управление и контроль самого процесса трансформации).

-Дизайн (1. Производственная возможность, 2. Параметры планирования, 3. Данные, 4. Функциональные обязанности)

-Управление мощностями (1. Ресурсы, 2. Измерительная способность. 3. Планирование мощностей, 4. Узкие места / ограничения)

-Планирование (1. Бизнес-планирование, 2. Планирование продаж и операций / планирование производства, 3. Сводное планирование и предварительное планирование мощностей, 4. Планирование потребности в материалах (MRP) и планирование потребности в мощностях (CRP))

-Исполнение и контроль (1. Служба поддержки клиентов, 2. Связь с основным расписанием, 3. Методы планирования, 4. Незавершенное производство, 5. Гарантия качества)

-Измерения производительности (1. Стратегический, 2. Тактический)

- Инвентарь (1. Категории, 2. Функции, 3. Зависимые и независимые системы спроса, 4. Управление, 5. Системы заказов, 6. Анализ затрат)

-Покупка (1. Получение и анализ уведомления о необходимости, 2. Выбор поставщиков, 3. Соглашения с поставщиками, 4. Управление заказами)

-Система физического распределения (1. Транспорт, 2. Складские услуги, 3. Распределительный инвентарь, 4. Связь с производством, маркетингом и финансами).

Система управления деятельностью во многом связана с внешней средой, поэтому ее совершенствование должно быть направлено на адаптацию к изменяющимся условиям в соответствии с тенденциями рынка. Использование системного подхода к управлению коммерческой деятельностью дает организации возможность вести высокоэффективную деятельность за счет формирования оптимального взаимодействия всех элементов.

Транспортное обеспечение производственной деятельности представляет собой отдельную учебную дисциплину, которая обязательным образом должна входить в учебную программу по специальности. Все ее темы направлены на изучение проблем, аспектов, тенденций и методов, которые обязательны к изучению для коммерсантов в целях наиболее выгодного взаимодействия с транспортными системами и эффективного ведения бизнеса, который нацелен на увеличение спроса и реализации товарной продукции и услуг предприятия, как на отечественном, так и на международном рынках.

Говоря о предназначении транспортного обеспечения производственной деятельности, следует отметить, что одной из основных задач такой деятельности является физическое распределение.

Для того, чтобы увеличить конкурентоспособность своей продукции, предприниматель в первую очередь должен решить некоторые вопросы, связанные с транспортировкой, а именно, приведенные на рис.5.

Зачастую специалисты по сбыту среди основных показателей при выборе транспорта ориентируются на стоимость перевозки, ее качество и соответствие всех норм транспортировки к нормам хранения продукта. В свою очередь, при выборе схемы перевозки следует придерживаться определенной системности и комплексности.

Несоблюдение этих правил могут повлечь за собой появление серьезных проблем в деятельности предприятия, а также значительно снизить желаемый эффект работы. На примере авиационного транспорта можно увидеть, что несмотря на высокие затраты, его использование может оказаться более

выгодным, чем морской или железнодорожный способ транспортировки.

Этому процессу есть свое объяснение – используя авиатранспорт, можно существенно сэкономить благодаря уменьшению количества складских запасов, уменьшению затрат на упаковку, а также страхование. Следует отметить и то, что для каждого вида транспорта размер постоянных затрат будет отличаться, как и зависимость объема затрат от размера поставки.

На принятие решения касательно схемы транспортировки особенно влияет сумма затрат непосредственно на перевозку, хранение, упаковку и распределение.

Управление материальными ресурсами включает все виды деятельности, связанные с производством деталей и готовой продукции, включая их упаковку и возможную переработку или повторное использование. Физическое распределение включает в себя все виды деятельности, связанные с предоставлением запчастей и готовой продукции для потребления, особенно их транспортировку и складирование.

Чем более интегрирована цепочка поставок, тем сложнее провести различие между физическим распределением и управлением материалами, поскольку каналы распространения простираются от поставщиков к потребителям, а ответственность за транспорт и складирование распределяется между производителями, оптовиками и розничными продавцами. Логистика должна соответствовать продуктам, которые она поддерживает, поскольку клиенты обычно не имеют никаких различий между продуктом и системой распределения, которая его поставляет.

Логистика также включает в себя фундаментальную связь между производными и навязанными требованиями ее деятельности. Управление материальными потоками обычно создает производный спрос на физическое распределение, поскольку то, что производится, должно транспортироваться, храниться и продаваться потребителям. Тем не менее, физическое распределение оказывает индуцированный спрос на управление материалами, поскольку возможности распределения будут определять производство с точки зрения его организации и местоположения. Цепочки поставок можно считать интегрированным отношением между производством и распределением. Требования к производству и мобильности являются встроенными (синхронизированными), поскольку то, что производится, должно перемещаться с одинаковой скоростью по всей цепочке поставок.

Таким образом, в операционном смысле, логистика - это управление потоком вещей между точкой происхождения и точкой потребления с целью удовлетворения требований клиентов или корпораций. Ресурсы, управляемые в логистике, могут включать в себя физические предметы, такие как продукты питания, материалы, животные, оборудование и жидкости, а также абстрактные элементы, такие как время и информация. Логистика физических предметов обычно включает интеграцию информационного потока, обработки материалов, производства, упаковки, инвентаря, транспортировки и складирования. Часто возникает путаница по поводу разницы между логистикой и цепочками поставок. В настоящее время общепринято, что логистика относится к деятельности в рамках одной компании / организации, связанной с распространением продукта, тогда как цепочка поставок также включает производство и закупки и, следовательно, имеет гораздо более широкую направленность, поскольку она включает несколько предприятий, включая поставщиков, производителей, и розничные торговцы, работающие вместе, чтобы удовлетворить потребность покупателя в продукте или услуге.

Один из способов взглянуть на бизнес-логистику - это «наличие нужного товара в нужном количестве в нужное время в нужном месте по правильной цене в нужном состоянии для нужного клиента».

Операционный менеджер, занимающийся логистикой, будет заниматься такими вопросами, как управление запасами, закупки, транспортировка, складирование, а также планирование и организация этой деятельности. Логистика может иметь либо внутреннюю направленность (входящая логистика), либо внешняя направленность (исходящая логистика).

-Входящая логистика

Менеджер, отвечающий за входящую логистику, управляет всем, что связано с входящим потоком ресурсов, которые необходимы компании для производства своих товаров или услуг. Эти действия будут включать управление отношениями с поставщиками, доступ к сырью, переговоры о ценах на материалы и организацию более быстрой доставки.

-Исходящая логистика

Менеджер, занимающийся исходящей логистикой, сосредоточится на двух вопросах: хранении и транспортировке. Он или она будет использовать складские технологии, чтобы готовая продукция оставалась безопасной и доступной. Поскольку в любой момент может потребоваться передать продукты

покупателю, правильная организация имеет решающее значение. Хранение как можно меньшего количества продукции может быть выгодным, поскольку хранящиеся продукты не приносят прибыли, поэтому менеджеру по исходящей логистике часто приходится уравнивать экономию затрат компании с потребительским спросом. Транспортная функция - безусловно, самая сложная часть исходящей логистики. Без транспорта просто нет логистики. По этой причине очень важно иметь возможность перемещать продукт из одного места в другое самым быстрым, рентабельным и эффективным способом. Поскольку транспортировка связана с колебаниями, необходимо учитывать такие факторы, как задержки и изменения в стоимости топлива, чтобы охватить все возможные сценарии, которые могут поставить под угрозу эффективное перемещение товаров.

Необходимо также отметить появление в управлении проектами комплексных логистических провайдеров. 3PL, сторонняя логистическая компания, - это предприятие, которое работает с транспортными компаниями для управления логистикой и дистрибуцией от имени другой организации. Компании 3PL управляют аутсорсингом логистической и дистрибьюторской деятельности, выступая в качестве связующего звена между грузоотправителями и компанией, которую они нанимают для представления. В мире существуют тысячи 3PL с различными бизнес-моделями для дифференциации логистических услуг. Некоторые из них являются универсальными, в то время как другие 3PL специализируются на конкретном продукте, таком как перевозка сыпучих грузов.

Общие функции, предлагаемые поставщиками 3PL (сторонняя логистика):

Интегрированные операции

складирование

Транспортные услуги

Кросс-докинг

Управление запасами

упаковка

Экспедирование грузов

4PL, или сторонние логистические провайдеры, все еще являются относительно новой моделью по отраслевым стандартам. 4PL, предоставляют многие из тех же услуг, что и 3PL, поэтому определить точное различие между 3PL и 4PL сложно. На рисунке ниже представлено упрощенное объяснение.

Список используемой литературы

1. Аникин Б. А. Логистика: учебное пособие/ Под ред. Б. А. Аникина. - М. : ИНФРА-М, 2016.
2. Аутсорсинг логистических услуг 5 шагов на пути к выстраиванию успешного сотрудничества с 3PL [Электронный ресурс]
file:///C:/Users/ssstor/Desktop/Транспорт.%20Деловые%20Линии/How_to_select_logistics_provider.pdf
3. Бобкова В. М. Влияние логистики на эффективность торгового бизнеса [Электронный ресурс]
<https://elibrary.ru/item.asp?id=37633253>
4. Волков, В.Д. Транспортные, информационные и системные аспекты логистики / В.Д.Волков: моногр. — М.: «Техполиграфцентр», 2010
5. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник. — Учебник. — 21-е изд. — М.: Дашков и К°, 2016. — 420 с.
6. Ефимова О.В. Логистика: Учебник/ О.В. Ефимова. - М.: Дрофа, 2016.
7. Заботина Н.Н. Проектирование информационных систем: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 331с.
8. Коммерческая логистика: теория и практика : учебник для бакалавров / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач, С. А. Уваров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 490 с.
9. Лавриков, И. Н. Транспортная логистика : учебное пособие / И. Н. Лавриков, Н. В. Пеньшин. - Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2016. - 92 с
10. Логистика и бизнес: проблемы организации и развития [Электронный ресурс]
<https://elibrary.ru/item.asp?id=32263792>
11. Логистика: современные тенденции развития : материалы XI Международной научно-практической конференции, 19 – 20 апреля 2017 г. / [редкол.: В. С. Лукинский (отв. ред.) и др.]. – Санкт-Петербург : СПбГИЭУ, 2017. – 470 с.
12. Молино П. Технологии CRM: Экспресс-курс. -М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
13. ООО РОЛЬФ ЭСТЕЙТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ [Электронный ресурс]
<https://www.rbc.ru/companies/id/1057810067150-ooo-rolf-esteyt-sankt-peterburg/>
14. Саломатова С.Н., Хальзова Н.А. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности. Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет (ТОГУ), 2017. — 186 с.

15. Шумаев, В. А. Основы логистики : учеб. пособие / В. А. Шумаев. — М. : Юридический институт МИИТ, 2016. — 314 с.
16. Aastrup J., Kotzab H. A Model for Structuring Efficient Consumer Response Measures [Электронный ресурс] https://www.researchgate.net/publication/37245150_A_Model_for_Structuring_Efficient_Consumer_Response_Measures
17. ExxpertApps. [Электронный ресурс] www.crm.ahktunis.org
18. Finance online. 15 Best CRM Systems. [Электронный ресурс] <https://financesonline.com/15-best-crm-software-systems-business/>
19. Freshsales. CRM // URL: <https://www.freshworks.com/freshsales-crm/industry/>
20. Hirschi J. C. The role of research in the coal-mining industry: Moving forward using lessons from the past // Advances in Productive, Safe, and Responsible Coal Mining. Woodhead Publishing, 2019. P. 303-312.
21. Insightly. //URL: www.insightly.com
22. Nimble. // URL: www.nimble.com
23. Pipedrive. // URL: www.pipedrive.com
24. Richard D. Wilding, J. Michael Newton. Enabling time-based strategy through logistics - using time to competitive advantage [Электронный ресурс] <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09576059610107888/full/html>
25. Salesforce CRM.// URL: <https://www.salesforce.com/crm/>
26. Zadek H.: „Struktur des Logistik-Dienstleistungsmarktes“, in: „Supply Chain Steuerung und Services – Logistik-Dienstleister managen globale Netzwerke – Best Practices“, Springer-Verlag, 2004.
27. Zhang L.J. ELPIF: An E-Logistics Processes Integration Framework Based on Web Services [Электронный ресурс] <https://researcher.watson.ibm.com/researcher/files/us-bth/zhang.pdf>
28. Zoho CRM // URL: www.zoho.com

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/152852>