

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/kursovaya-rabota/95717>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Логистика

Содержание

Введение 3

1 Логистические концепции организации производства 5

1.1 Понятие и сущность производственной логистики 5

1.2 Структура производственного процесса 9

2.3. Логистическая и традиционная концепции производственных предприятий 12

2 Анализ логистических концепции организации производства лакокрасочной продукции 40

2.1 Анализ производства лакокрасочной продукции 40

2.2 Анализ деятельности предприятий лакокрасочного производства 44

2.3 Анализ логистических концепций предприятий производства лакокрасочной продукции 46

Заключение 53

Список использованных источников 55

2 Анализ логистических концепции организации производства лакокрасочной продукции

2.1 Анализ производства лакокрасочной продукции

К тому же, специалисты современности утверждают, что лакокрасочная промышленность не «блещет» инвестициями – инвесторы не так охотно отдают свои деньги в неприбыльную отрасль, где моментально не получишь куш большого размера.

Вот и получается, что для быстрого развития нужны деньги, а их просто нет – в итоге, рынок лакокрасочной продукции обновляется крайне медленно, а рынок строительных материалов постепенно устаревает и с трудом преодолевает кризисное время.

Еще до наступления кризиса, лакокрасочная промышленность в России развивалась более или менее сносными темпами. Но с наступлением тяжелых времен, ситуация ухудшилась и уровень развития стремительно движется в низ.

Производители и продавцы видят ситуацию в более радужном свете – трудности закаляют. Тем более, что стабилизация экономики уже видна. На этот год специалисты дают более положительные прогнозы – рост производства выйдет на докризисный уровень и составит до десяти процентов в год.

Не смотря на то, что выход уже близок. Инвестиции по-прежнему находятся на низком уровне, поэтому отрасль ждут серьезные проблемы.

Во-первых, в условиях отсутствия денег, большее количество товаров и продукции будет направлено из других стран. Например, продукцию лакокрасочной промышленности по низким ценам предлагают страны Балтии и Белоруссии.

Во-вторых, большие предприятия станут не в силах конкурировать с мелкими производствами, которые заполнят современный рынок.

Давайте посмотрим на то, как рынок развивался в советские времена, и что с ним стало сейчас. По официальным данным в год российские предприятия производят более одного миллиона тонн лакокрасочных материалов в год. При этом, если сравнивать этот показатель с временем существования СССР, в настоящее время производство существенно сократилось – ранее лакокрасочной продукции производили в два раза больше.

При всем этом, за последние годы отмечается увеличение роста небольших компаний, которые выстраивают между собой конкурентные отношения. Получается, что удивить современного покупателя становится очень трудно – каждая компания старается привлечь клиентов все более изощренным способом, в буквальном смысле, шагая по головам своих конкурентов.

Тем более, количество иностранных компаний на территории Российской Федерации постепенно увеличивается. Да и количество продукции, ее видом становится все больше – рынок строительных и

лакокрасочных материалов стремительно растет.

Чаще всего продукцией лакокрасочной отрасли пользуются компании, специализирующиеся на сфере промышленного и гражданского строительства, то есть застройщики жилых домов, магазинов, торговых центров, заводов, предприятий и прочих объектов. Согласно статистическим данным, почти 60 процентов всех материалов используется именно здесь.

К тому же, чаще всего продукция применяется в бытовых нуждах – что-то покрасить или покрыть лаком, а домашний ремонт без этого просто немыслим. Вот и получается, что продавать в розницу гораздо выгоднее – выручка больше, рынок для продажи шире.

На протяжении многих лет прочную позицию на российском рынке лакокрасочной продукции занимает компания «Тиккурила», специализация которой – лакокрасочные материалы для декоративных целей. Постепенно компания расширяет свои границы и скупает российские предприятия. В 2007 году в состав компании вошел петербургский завод «Текс». Кстати, краски, выпускаемые на заводе, славятся своим качеством не только на территории России.

Одна российская инвестиционная компания провела исследование, по результатам которого оказалось, что 40 процентов лакокрасочной продукции, произведенной в России и привезенной из-за рубежа, реализуется в розницу в сетевых магазинах и на других торговых площадках.

К настоящему моменту в России есть крупные и мелкие предприятия, которые занимаются выпуском более двух тысяч наименований продукции лакокрасочной промышленности – это 70 процентов всего российского рынка. Остальные 30 процентов привозят к нам из стран Европы.

Самые крупные поставки на протяжении многих десятилетий осуществляют:

- Германия;
- Финляндия;
- Швеция.

За последние пару лет из Германии привозят больше всего лакокрасочной продукции. Но этот ассортимент продукции на российском рынке не ограничивается. Здесь представлена продукция из Турции, Эстонии, Италии и Кореи. Причем последние страны стали более активно завозить свою продукцию.

Чаще всего эту продукцию выставляют в крупных торговых центрах и строительных гипермаркетах, с которыми у компаний существуют договоренности. Кроме того, ввозимая продукция далеко не самая дешевая и относится чуть ли не к элитной – стоимость товара значительно выше отечественных или китайских аналогов. В основном к нам привозят разные виды шпатлевки, грунтовки, а также составы, с помощью которых покрывают фасады зданий.

Как уточняют специалисты лакокрасочной промышленности, в последнее время большим разнообразием отличается рынок фасадных материалов. Теперь каждый смоет подобрать для себя материал и тип фасада по душе. Кроме того, многие предприятия работают на заказ и по конкретным контрактам, заключенными с административными органами и прочими компаниями.

На протяжении долгого времени на российском рынке лидируют несколько отечественных компаний. К примеру, это:

- «Тиккурила»;
- «Эмпилис» из Ростова-на-Дону;
- «Пигмент» из Санкт-Петербурга;
- «Лакокраска», которая является составной частью ярославского холдинга.

По информации профильных ведомств, всего в России функционирует триста предприятий, которые специализируются на производстве различных лакокрасочных материалов. При всем этом, основная часть этих предприятий – средние или мелкие. Именно они и занимают основную часть рынка.

Кроме этого, многие лакокрасочные материалы производятся в Республике Балурус – предприятия продолжают работать даже после распада Советского Союза.

Но все равно, большая часть краски приходится на производство и выпуск автомобилей на отечественных предприятиях и сборочных комплексах.

К примеру, компании холдинга «Пигмент» больше направлены на производство специальной защитной, антикоррозийной краски, которая наносится на многие металлические поверхности. Тем более, что нанотехнологии на сегодняшний день поражают воображение и активно используются в любом виде производства, в том числе и в лакокрасочной отрасли.

Также компания «Пигмент» занимается выпуском краски и лака для использования на предприятиях промышленного назначения. В итоге получается, что компания не стоит на месте – каждый период развития отличается появлением чего-то нового, какой-то новой инновационной разработки, за которой

стоит будущее отрасли производства лака и краски.

Как рассказывают в компании «Эмпилс», сегодня линейка производимой продукции на предприятии очень широка и составляет 29 различных вариантов декоративных покрытий и белила, которые используются в промышленности. Кроме того, как подтверждают в компании, основная часть продукции уходит на зарубежный рынок и на долго в России не задерживается. Экспорт идет как в страны Европы, так и на азиатский рынок.

С каждым годом компания увеличивает объемы производства примерно на две или три тысячи тонн. Это приносит компании огромную прибыль, что позволяет инвестировать в новые разработки, которые сулят еще большую прибыль.

2.2 Анализ деятельности предприятий лакокрасочного производства

Анализируя историю развития рынка лакокрасочных материалов (далее – ЛКМ) России, следует специально отметить, что она в последние десятилетия очень тесно связана с внедрением на российский рынок западных технологий, методов, способов, инструментария в более широком смысле – определяющих и направляющих тенденций обустройства быта, потребления разнообразных товаров, развитием маркетинга и логистики.

В годы СССР лакокрасочная промышленность работала прежде всего в интересах индустриальных потребителей, а не физических лиц. Продукция была стандартизована, люди не могли в полной мере реализовать свои

Список использованных источников

1. Горчаков, Г. И. Лакокрасочные материалы [Текст]: учебник/ Г.И. Горчаков.- М.: Стройиздат.- 2018.- 843 с.
2. Прокопов, Н.И. Развитие лакокрасочной промышленности [Текст]/ Н.И. Прокопов // Лакокрасочные материалы и их применение.- 2019.- № 1.- С.15.
3. Камеников, А.М. Водные полиуретановые лакокрасочные материалы для отделки деревянной мебели [Текст]/ А.М. Камеников // Лакокрасочные материалы и их применение.- 2019.- № 2.- С.18-21.

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/kursovaya-rabota/95717>