

ВВЕДЕНИЕ

Учебно-практическое пособие «Логистика распределения» разработано в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и учитывает программные требования к подготовке студентов по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Логистика».

Представленный в учебно-практическом пособии материал охватывает особенности управления материальными потоками в системе распределения потребительских товаров с учетом тенденций развития товарного рынка и внедрения интернет-технологий в оптовой и розничной торговле.

Целью освоения дисциплины «Логистика распределения» является определение роли системы распределения как части интегрированной логистической системы и приобретение навыков управления распределением потребительских товаров в практической деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать

основные логистические технологии, используемые для перемещения товарных партий в системе распределения;

основных участников системы распределения потребительских товаров; понятийный аппарат (термины и определения) логистики распределения; классификацию каналов распределения по различным признакам.

уметь

анализировать современное состояние и тенденции развития систем распределения;

определять экономическую эффективность деятельности системы распределения;

определять границы рынков сбыта при реализации продукции на внутреннем и международном рынках;

идентифицировать логистические функции и операции в области распределения и выявлять взаимосвязь между ними;

владеть

навыками решения задач по организации системы распределения;

методами решения задач по размещению элементов инфраструктуры в системах распределения;

методами межорганизационной координации при реализации функций логистики распределения;

навыками реорганизации систем распределения в условиях изменяющихся экономических условий;

В качестве информационной поддержки при освоении дисциплины «Логистика распределения» можно использовать материалы группы в социальной сети <https://vk.com/club140693862>, где размещены ситуационные задачи, ссылки на специализированные сайты и информационные источники.

1. ЛОГИСТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

В условиях рыночной экономики важной задачей является распределение изготовленной продукции или полуфабрикатов, от решения которой зависит эффективность конечных результатов деятельности предприятий-производителей, а также их конкурентные позиции на рынке товаров и услуг. Предприятию следует четко планировать не только производство качественного товара и в нужном количестве, но также сбыт и доставку товарных партий до конечных потребителей. Следовательно, товарные партии должны быть доставлены клиентам в нужное время и заданном объеме с рациональными логистическими затратами.

Распределение представляет собой систему бизнес-процессов по обеспечению перемещения продукции от места производства к местам потребления. В процессе распределения готовой продукции предприятие-изготовитель или коммерческий посредник выполняет комплекс маркетинговых, логистических и сервисных функций, при которых происходит формирование эффективных логистических каналов и цепей поставок.

Объект исследования логистики распределения – материальный поток и сопутствующие ему потоки на пути от производственных предприятий до конечных потребителей.

Предмет исследования – организация рационального процесса перемещения товарных партий потребителям материального потока.

В качестве субъектов системы распределения рассматриваются сбытовые подразделения производственных предприятий; крупные и мелкие оптовые посредники; розничные торговые предприятия; транспортные компании; логистические провайдеры; домашние хозяйства.

Одной из основных функций логистики распределения предприятий-производителей является управление каналами сбыта и распределения. Главное назначение канала распределения заключается в том, чтобы сделать товары доступными для потребителей, а также преобразовать готовую продукцию в товар, который удовлетворит потребности покупателей не только по своим качественным характеристикам, но и по месту, времени продажи и условиям сервиса.

Производственные предприятия в процессе реализации изготовленной продукции располагают несколькими каналами сбыта, которые в совокупности со службой предприятия, осуществляющей управление распределением, образуют систему распределения.

Отличие каналов сбыта и распределения заключается в качественных различиях участников логистических цепей, что выражается в их способности выполнять разнообразные функции и операции, масштабах деятельности, а также особенностях существующих форматов торговли розничных торговых предприятий.

Развитие каналов распределения национального потребительского рынка связано с изменением характера отношений между производителями товаров и торговыми предприятиями. С учетом развития крупных торговых сетей происходит изменение структуры каналов распределения, при котором из цепи поставок могут быть исключены оптовые посредники.

В настоящее время отмечается исключительное многообразие каналов распределения, так как развиваются технологии торгового обслуживания и формируется региональная торговая инфраструктура. Использование принципов логистики в системах распределения позволяет повысить качество торгового обслуживания потребителей и снизить уровень логистических затрат.

В условиях рыночной экономики результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятий зависят от правильного выбора каналов распределения, формализации и упорядоченности звеньев логистической цепи при перемещении материального потока.

От выбора логистического канала и порядка формирования логистической цепи, ее мощности и гибкости, широты ассортимента и качества логистических услуг, которые оказывает предприятие, зависят возможности оптимизации движения материальных потоков в системе распределения.

Подробная характеристика материальных потоков в системе распределения способствует формированию общего представления о товаропроводящей цепи, оценке эффективности функционирования логистических цепей и выявлению узких мест.

Анализ макрологистических систем показывает, что ассортиментный и количественный состав материальных потоков, их временные характеристики зависят от отрасли материального производства, видов логистических каналов и структуры системы распределения.

Движение совокупного материального потока в системе распределения начинается в момент отгрузки товарной партии сбытовым подразделением производственного предприятия и заканчивается приобретением товара конечным потребителем в розничной торговой сети. Отгрузке товарных партий предшествует коммерческая работа по поиску и выбору промежуточных потребителей материального потока, заключению с ними договоров и определению финансовых условий сделок.

На всех этапах движения материального потока возможны возвраты товаров, поэтому при планировании каналов распределения необходимо учитывать характер взаимоотношений между участниками логистического процесса при управлении возвратными материальными потоками.

Для оценки эффективности управления прямыми и возвратными материальными потоками в системе распределения можно использовать такие показатели как: протяженность потока; качество предоставляемых логистических услуг; показатели транспортного обеспечения движения материального потока (количество транспортных единиц и их сочетаний, своевременность и точность доставки).

К логистике распределения при организации перемещения материальных потоков относятся такие функции как:

формирование хозяйственных связей;

определение потребности в перевозках грузов, их объемах и направлениях, последовательности и звенности перемещения товарных партий через места складирования;

координация оперативного управления поставками и перевозками; формирование и регулирование товарных запасов.

Управление материальными потоками в системе распределения представляет собой комплекс взаимосвязанных функций по организации перемещения материальных и сопутствующих потоков. Носителями этих функций являются субъекты, участвующие в системе распределения, а критерием эффективности реализации этих функций выступает минимум общих логистических затрат на перемещение товарных партий в логистической цепи.

От выбора посредников, видов транспортировки и складирования зависит путь товара и звенность товародвижения, поэтому различают прямые, эшелонированные (косвенные) и гибкие виды каналов распределения.

Прямой канал распределения включает в себя двух участников: поставщика и потребителя материального потока. Для этого вида канала распределения характерен прямой контроль за движением материальных потоков.

Прямые каналы чаще формируются в системе распределения, где материальный поток является узкоспециализированным, при больших его объемах, а также при реализации сложного технического товара.

Прямые каналы распределения обладают преимуществами при создании условий для концентрированных и своевременных мероприятий по корректировке потоковых процессов, что позволяет быстрее адаптироваться к требованиям потребителей и контролировать весь процесс управления материальными потоками.

Создание прямых каналов распределения оправданно в следующих случаях:

логистические затраты оправдываются параметрами материального потока, его мощностью и напряженностью;

при небольшом количестве потребителей материального потока, которые поглощают все товарные партии, генерируемые производителем;

продается технически сложная продукция, требующая от производителя монтажных и пуско-наладочных работ;

не требуются складские операции для трансформации материального потока (кросс-докинг);

производитель обладает финансовыми средствами для создания и поддержания прямых каналов распределения;

потребитель материального потока имеет возможность трансформировать узкий промышленный ассортимент различных производителей на собственном складе.

Линейное взаимодействие между участниками логистического процесса в эшелонированном (косвенном) канале распределения подразделяется на следующие уровни.

Уровень 1. Взаимодействие между производственными предприятиями и крупными оптовыми посредниками.

Уровень 2. Получение товарных партий крупными оптовыми посредниками, хранение на складе, получение заказов и передача товаров к мелкооптовым посредникам.

Уровень 3. Получение товарных партий мелкими оптовыми посредниками, хранение на складе, получение и обработка заказов из розничной торговой сети, централизованная доставка или выдача комплектных партий товаров розничным торговцам.

Уровень 4. Обработка товарных партий в розничной торговой сети, продажа и в некоторых случаях доставка товаров конечным потребителям.

Для эшелонированных каналов характерно использование посреднических структур, которые трансформируют материальные потоки в зависимости от характера сбыта товарной продукции. Для этого вида канала присуща относительная ограниченность контроля производителя над материальными потоками и ослабление контактов с конечными потребителями при отсутствии необходимости в пуско-наладочных работах или особых условиях обслуживания.

Характерной особенностью состава материальных потоков в эшелонированных каналах является последовательное уменьшение объема товарных партий и повышение сложности их ассортиментного состава на пути от производственных предприятий к розничной торговой сети.

Преимущество эшелонированных каналов распределения заключается в помощи посредников и транспортных компаний, которые играют активную роль в перемещении материальных потоков.

Предпосылки к формированию эшелонированных каналов распределения:
недостаточная мощность материальных потоков для покрытия расходов на прямой сбыт из-за территориальной разобщенности потребителей материального потока, поэтому посредники агрегируют несколько материальных потоков от разных производителей в один комплексный поток, что обеспечивает эффект масштаба;

наличие дополнительных требований потребителей материального потока к организации поставок и размещению товарных запасов, к примеру, поставка «точно в срок», необходимость в послепродажном обслуживании, сосредоточение запасов товаров ближе к конечным потребителям;

недостаточность ресурсов у производителя для создания и содержания собственной системы распределения.

При множестве материальных потоков в гибких системах распределения используются как прямые, так и эшелонированные каналы в соотношении, зависящем от целевых рынков, стратегии предприятия и возможностей его логистической системы.

Виды каналов распределения подразделяются на следующие разновидности:

прямые каналы непосредственного контакта, включают в себя собственный сбытовой персонал предприятия и торговых представителей, принадлежащих компании (сбытовые конторы и подразделения, филиалы);

прямые каналы опосредованного контакта имеют в своем составе корпоративный сайт;

эшелонированные (косвенные) каналы непосредственного контакта включают в себя специализированных дистрибьюторов, агентов и комиссионеров;

эшелонированные (косвенные) каналы опосредованного контакта включают в себя дистрибьюторов, торгующих по каталогам, крупных ритейлеров и посреднические интернет-сайты.

По степени взаимосвязи звеньев каналы распределения подразделяются на горизонтальные и вертикальные.

Горизонтальные каналы образуются независимыми друг от друга звеньями логистической сети. Горизонтальные отношения формируются между двумя предприятиями, которые находятся на одном уровне цепи поставок (к примеру, между производителями).

Вертикальные каналы образуются между звеньями логистической цепи, которые связаны между собой договорными отношениями. Например, между производителем и оптовым посредником. В этом случае среди участников процесса распределения устанавливаются иерархические отношения соподчинения, и весь канал может функционировать как единое целое.

Параметрами канала распределения является его длина (протяженность) и ширина. Количество звеньев между производителем и конечным потребителем определяет длину канала. Число посредников в каждом звене называется шириной канала или его разветвленностью.

В современных логистических системах формирование каналов распределения осуществляется не только со стороны производителя, но и со стороны потребителей материального потока или конечных потребителей.

Эффективность функционирования каналов распределения определяется таким критерием как отношение логистических затрат производителя к полученным результатам, а главным оценочным показателем выступает качественный показатель – уровень обслуживания потребителей.

Ошибки в формировании системы распределения могут привести к ослаблению или разрыву связей между звеньями логистической цепи. Это может негативно отразиться на результатах функционирования всей логистической системы, ее эффективности, отрицательно повлиять на взаимоотношения с коммерческими и логистическими посредниками.

Современный рынок характеризуется широким ассортиментным перечнем товаров, минимизацией уровня запасов у предприятий розничной торговли, развитой сетью оптовых складов в месте проживания конечных потребителей, наличием большого числа посредников разного типа и повышенными требованиями к обслуживанию промежуточных и конечных потребителей. Все

это требует совершенствования подходов к управлению системами распределения.

Бурное развитие региональных розничных торговых сетей приводит к росту затрат на транспортировку товарных партий из мест производства в места потребления, а необходимость повышения уровня обслуживания клиентов оптовых торговых компаний вызывает увеличение размера товарных запасов и затрат на их поддержание.

Направлением решения приведенных проблем является разработка эффективной системы распределения, что позволит производственным и оптовым предприятиям оптимальным образом использовать имеющиеся ресурсы предприятия (транспорт, финансовые средства, время, трудовые ресурсы) и при рациональном сочетании сбытовой и ценовой политики получить дополнительную прибыль за счет оказания услуг клиентам, а также занять нишу на рынке товаров и услуг.

Традиционные системы распределения состоят из логистических каналов, включающих в себя независимого производителя, одного или несколько оптовых и розничных продавцов. Каждый из участников канала – самостоятельная организация, которая стремится обеспечить себе максимальную прибыль, даже если это противоречит общим интересам системы распределения. Важным событием в развитии систем распределения стало формирование многоканальных и комбинированных систем распределения.

В многоканальной системе распределения для выхода на один или несколько сегментов осваиваемого рынка организуются два или более каналов распределения. Увеличение числа каналов в системе распределения приводит к увеличению охвата рынка, снижению затрат на содержание всех каналов и повышению качества обслуживания промежуточных и конечных потребителей. В то же время многоканальность может привести к конфликтам с конкурентами.

Комбинированная система распределения представляет собой многоканальную систему, в которой предприятие с целью охвата двух или более сегментов рынка создает либо один, либо несколько каналов распределения для каждого сегмента рынка.

По степени иерархичности различают горизонтальные и вертикальные системы распределения.

Горизонтальные системы распределения характеризуются использованием независимыми предприятиями одних и тех же каналов для продвижения своей продукции, так как каждое из них в отдельности не обладает достаточными средствами создания собственных каналов распределения.

Вертикальные системы распределения подразделяются на корпоративные и договорные. Появление вертикальных систем распределения обусловлено стремлением наиболее сильных участников рынка контролировать поведение остальных участников и предотвращать ущерб от возможных межорганизационных конфликтов. При этом доминирующие позиции в канале

распределения может занимать производитель, оптовик или розничный торговец.

В корпоративной вертикальной системе распределения предприятия, которые ведут свою деятельность на последовательных стадиях движения материального потока, находятся в едином владении.

В договорной вертикальной системе распределения независимые организации, которые выполняют функции по производству и распределению товаров, объединяются на основе договора для совместного достижения экономии логистических затрат или увеличения объема продаж.

Таким образом, многообразие систем распределения товаров приводит к повышению качества обслуживания клиентов и снижению затрат на физическое товародвижение. Выбор типа системы распределения зависит от вида товара, характера потребления и географической протяженности рынка.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ТЕМАМ

Тема 1. Основы логистики распределения

При подготовке к семинарскому занятию в первую очередь определите значение функции распределения в условиях рыночной экономики в отличие от административно-командной системы управления, выделите объект и предмет логистики распределения.

Дайте подробную характеристику участникам (субъектам) логистических каналов и системы распределения с учетом полноты их участия в организации движения материальных потоков на пути от производителя к коммерческим посредникам и конечным потребителям.

Изучение принципов и свойств системы распределения позволяет понять структуру и функции логистических систем предприятия, входящих в каналы распределения с учетом сложности связей между участниками логистического процесса. Для усвоения логистических принципов, учитываемых при формировании систем распределения, следует рассмотреть их с точки зрения системного подхода.

При составлении классификации видов распределения необходимо учесть их деление по организационно-функциональному и организационно-количественному признакам. Изучение темы завершите обобщением пройденного материала и поиском дополнительной информации в научной периодике, что позволит связать информацию, изложенную в теме с другими функциональными областями логистики и практической сферой деятельности.

Контрольные вопросы и задания

1. Что включает в себя понятие «логистика распределения».
2. Дайте характеристику принципов и свойств системы распределения.
3. Сформулируйте объект и предмет исследования логистики распределения.
4. Составьте классификацию каналов распределения.
5. Чем отличается интенсивное, селективное и эксклюзивное распределение?
6. Опишите основные направления эволюции логистики распределения.
7. Дайте сравнительную характеристику логистики распределения с функциональными областями логистики предприятия по составу материальных потоков.
8. Охарактеризуйте функции логистики распределения.
9. Дайте сравнительную характеристику традиционного канала распределения и вертикальной маркетинговой системы.
10. В чем отличие традиционной стратегии сбыта от логистической концепции распределения товаров и услуг?

Тема 2. Структура системы распределения

При подготовке к занятию необходимо изучить распределение материальных потоков в системе распределения с учетом их прямого и возвратного движения, а также звенности товародвижения. Нужно определить состав и содержание функций, реализуемых при перемещении потоков в каналах распределения, влияние ассортимента и качественного состава материальных потоков на особенности управления ими.

При изучении материала дайте сравнительную характеристику прямых, эшелонированных (косвенных) и гибких каналов распределения. Выясните преимущества и недостатки каждого из них и целесообразность использования в зависимости от текущей рыночной ситуации, географической разобщенности потребителей материального потока и возможности их обслуживания с учетом базового уровня логистического сервиса.

Рассмотрение разновидностей каналов распределения позволит выявить разнообразие условий движения материальных потоков в системе распределения в зависимости от особенностей логистической инфраструктуры и практики коммерческой деятельности предприятий-изготовителей и коммерческих посредников.

Контрольные вопросы и задания

1. Приведите примеры материальных потоков в системе распределения потребительских товаров.
2. Какие функции логистики распределения реализуются при перемещении материальных потоков?
3. Дайте характеристику использования прямых каналов распределения.
4. Охарактеризуйте особенности использования эшелонированных (косвенных) каналов распределения.
5. Какие существуют разновидности каналов распределения?
6. Какие факторы влияют на конкурентоспособность каналов распределения?
7. Выделите основные типы вертикальных маркетинговых систем.
8. Как используется франчайзинг при формировании каналов распределения?
9. В чем заключаются особенности формирования собственных систем товародвижения торговых организаций?
10. Опишите показатели соответствия канала распределения виду товара.

Тема 3. Основные системы распределения

При изучении основных систем распределения следует обратить внимание на разнообразие условий современного рынка товаров и услуг, направленных на полное удовлетворение запросов потребителей и решение проблем предприятий в отношении физического канального распределения.

Дайте сравнительную характеристику традиционных и современных систем распределения, определить основные направления их развития, усложнения и совершенствования. Рассмотрите вертикальные и горизонтальные системы распределения применительно к теории и практике коммерческой деятельности и составу их участников.

Важно научиться идентифицировать систему распределения с учетом этапов жизненного цикла товаров и содержания мероприятий, направленных на повышение эффективности ее функционирования. Комплексная характеристика действующих систем распределения позволит выявить существующие недостатки и разработать эффективные пути их решения.

Контрольные вопросы и задания

1. Опишите особенности современного рынка товаров и услуг.
2. Назовите признаки многоканальных и комбинированных систем распределения.
3. Какие виды систем распределения можно выделить по степени иерархичности?
4. Как трансформируется система распределения в зависимости от этапа жизненного цикла продукта?
5. Охарактеризуйте преимущества и недостатки прямых поставок без использования промежуточных складов.
6. Охарактеризуйте основные тенденции в развитии каналов распределения на российском рынке.
7. Дайте характеристику TPL-компаний на рынке логистических услуг.
8. Какие инновационные решения используются в системе распределения продуктов питания?
9. Опишите особенности формирования кластеров в системах распределения.
10. Дайте характеристику системы распределения изделий производственного назначения.

Тема 4. Характеристика субъектов системы распределения

Изучение темы следует начать с освоения понятия «посредничество» в современных условиях территориальной и экономической разобщенности производителей, коммерческих посредников и конечных потребителей, затем дать характеристику типов продавцов и покупателей на рынке товаров и услуг.

После всестороннего рассмотрения роли посредников при распределении материальных потоков в каналах распределения необходимо рассмотреть участников коммерческой деятельности и особое внимание уделить двойственной роли государства как регулятора развития внутренней и внешней торговли, крупного потребителя товаров и услуг.

Разделение посредников в зависимости от рода их основной деятельности на коммерческих и некоммерческих позволяет определить их степень участия в торговом обороте и распределение полученной прибыли, а также место в общей цепи поставок. При рассмотрении этого вопроса необходимо разделить посредников на виды и разновидности и распределить по видам выполняемых логистических функций в их деятельности в оптовой и розничной торговле.

Контрольные вопросы и задания

1. Определите порядок соотношения между продавцами и покупателями в системе распределения.
2. Раскройте содержание понятия «посредничество».
3. В чем заключается роль государства при формировании систем распределения товаров?
4. Охарактеризуйте особенности работы коммерческих и некоммерческих организаций на рынке товаров и услуг.
5. Составьте классификацию оптовых и розничных посредников в системах распределения.
6. Дайте характеристику оптовых и розничных торговых посредников в сфере товарного обращения.
7. Какие функции выполняют торговые агенты в каналах распределения?
8. Как классифицируются сферы посредничества?
9. Опишите методы стимулирования торговых посредников.
10. Как используется кооперация в оптовой и розничной торговле?

Тема 5. Управление логистическим сервисом

В условиях высокой конкуренции между потенциальными участниками каналов распределения особое значение приобретает использование технологий логистического сервиса, направленных на привлечение новых и удержание действующих клиентов.

Выбор модели взаимодействия предприятия и разных категорий клиентов зависит от рыночного окружения, особенностей производства и продажи отдельных групп товаров, а также территориальной разобщенности объектов логистической сети. Все это свидетельствует о важности приобретения знаний технологий логистического сервиса для повышения конкурентоспособности производственных и торговых предприятий.

При изучении логистического сервиса по отношению к внешним клиентам необходимо понять и охарактеризовать показатели качества

логистического обслуживания, особенности оказания услуг на разных этапах движения материального потока в канале распределения, знать современные подходы к управлению логистическим сервисом.

Контрольные вопросы и задания

1. Определите основные направления повышения уровня логистического сервиса.
2. Раскройте сущность концепции «Логистика сервисного отклика» (SRL).
3. Дайте сравнительную характеристику логистических услуг по сравнению с другими коммерческими услугами.
4. Охарактеризуйте особенности оказания логистических услуг на основе базового уровня сервиса.
5. Как используются ключевые показатели эффективности для оценки и контроля уровня логистического сервиса?
6. Раскройте содержание концепции «управление уровнем сервиса» (SLM).
7. Опишите порядок оценки уровня сервиса логистического посредника.
8. Дайте характеристику подходов к оценке уровня обслуживания клиентов.
9. Как изменяются затраты на обслуживание клиентов в зависимости от уровня оказываемого сервиса?
10. Как используется массовая кастомизация при разработке системы логистического сервиса?

Тема 6. Взаимодействие логистики и маркетинга в системе распределения

Логистика и маркетинг являются двумя важными сферами деятельности коммерческой организации при проектировании и функционировании системы распределения.

При изучении этой темы в первую очередь необходимо выявить разногласия, возникающие между службами логистики и маркетинга при проектировании движения материальных потоков, а также пути разрешения этих разногласий.

Затем следует определить положительный эффект от согласования действий маркетинговых и логистических подразделений предприятия с учетом стратегического планирования каналов распределения.

Изучение темы завершите определением перспектив развития взаимодействия логистики и маркетинга в системах распределения товаров и услуг.

Контрольные вопросы и задания

1. Раскройте механизм взаимодействия служб маркетинга и логистики производственного предприятия.
2. Охарактеризуйте особенности межфункциональных конфликтов между маркетингом и логистикой в логистических системах.
3. В каких сферах взаимодействует маркетинг и логистика в системе распределения?
4. В каких областях взаимодействуют маркетинг и логистика при проектировании системы распределения?
5. Определите перспективы развития взаимодействия маркетинга и логистики.
6. Раскройте содержание процедуры мониторинга логистических процедур и операций.
7. Опишите условия выгоды прямого канала распределения.
8. Как влияют четыре основные комплексные функции маркетинга на формирование и развитие логистической системы?
9. Определите взаимосвязь функций маркетинга и логистики в торговых структурах.
10. Как взаимодействуют отделы маркетинга и логистики при управлении жизненным циклом продукта?

Тема 7. Проектирование системы распределения

Понятие «логистическая система» является ключевым как для отдельных предприятий, так и цепей поставок. Определение требований к структуре и функциям логистической системы – важный этап формирования системы распределения.

При изучении темы следует в первую очередь выделить обобщенные стадии создания логистической системы и сформулируйте цель ее функционирования. Затем выявите факторы, оказывающие влияние на процесс проектирования.

Порядок проектирования собственно системы распределения включает в себя три стадии: предварительная, дивергенция, конвергенция. При освоении этих стадий необходимо подробно рассмотреть их содержание и этапы, что позволит уяснить типы систем распределения и особенности их функционирования.

Контрольные вопросы и задания

1. Опишите обобщенные стадии создания логистической системы.
2. Какие факторы оказывают влияние на проектирование системы распределения?

3. Сформулируйте основные закономерности проектирования логистических систем.
4. Определите содержание стадий и этапов проектирования системы распределения.
5. Дайте характеристику гомогенных и гетерогенных систем распределения.
6. Как организуется движение материальных потоков в толкающих и тянущих логистических системах распределения?
7. Опишите основные проблемы, возникающие при проектировании промышленных предприятий.
8. Охарактеризуйте управленческие и технологические процессы в системе распределения.
9. В чем отличие между традиционным (консервативным) и логистическим (прогрессивным) подходом к управлению материальными потоками?
10. Опишите основные типы логистических систем распределения продукции и услуг (ЛРСПУ).

Тема 8. Формирование складской сети в системе распределения

Склады, наряду с транспортными путями сообщения, являются элементами логистической инфраструктуры системы распределения. Использование складов в оптовой и розничной торговле продиктовано необходимостью содержания товарных запасов для повышения надежности поставок и повышения уровня логистического сервиса для промежуточных и конечных потребителей.

Одной из актуальных задач логистики распределения является проектирование складских систем и решения частных задач (выбор места расположения и количества складов в системе распределения).

При изучении этой темы сформулируйте задачу топологии складов на обслуживаемой территории, а также выявите зависимость величины общих логистических затрат от увеличения или уменьшения количества распределительных центров. Затем охарактеризуйте общие и частные факторы, влияющие на выбор места расположения складов.

В завершение охарактеризуйте методы расположения распределительного центра с учетом их ограничений в использовании в практической логистической деятельности.

Контрольные вопросы и задания

1. Как используются пространство, время, материалы, энергия, труд и деньги при проектировании систем складирования в распределении?
2. Сформулируйте задачи топологии размещения складов на обслуживаемой территории.

3. Опишите основные зависимости изменения уровня логистических затрат и потерь при увеличении или уменьшении количества складов на обслуживаемой территории.

4. Какие общие и частные факторы учитываются при выборе географической точки расположения распределительного центра на обслуживаемой территории?

5. Охарактеризуйте специализированные методы определения места расположения склада на обслуживаемой территории.

6. В чем заключаются особенности формирования региональной сети складов?

7. Как определяется количество складов в цепи поставок?

8. Составьте классификацию транспортно-логистических центров.

9. Определите порядок определения потенциала участка под строительство распределительного склада.

10. Как используется метод анализа иерархий при выборе места расположения склада на обслуживаемой территории.

Тема 9. Управление заказами в системе распределения

Заказ, как составляющая информационных потоков в системе распределения, является основой взаимодействия продавца и покупателя. Эффективная организация деятельности по управлению заказами способствует повышению качества обслуживания потребителей материального потока.

При изучении темы необходимо, в первую очередь, составить классификацию заказов, а также попытаться разработать собственную классификацию на основе источников литературы и Интернет.

После составления классификации охарактеризуйте цикл выполнения заказа с позиции продавца и покупателя, выявите различия в их представлениях, изучите показатели цикла выполнения заказа. Затем рассмотрите управление заказами как логистическую функцию и последовательность действий по выполнению заказа. Отдельно изучите формы отчетов по выполнению заказов и раскройте их содержание.

В заключении изучите деятельность службы логистики по управлению взаимоотношениями с клиентами и результат эффективной реализации логистической функции «управления заказами» в каналах распределения.

Контрольные вопросы и задания

1. Дайте характеристику заказа как логистической функции.
2. Охарактеризуйте цикл выполнения заказа с позиции продавца и покупателя в отношении времени и содержания операций.
3. Раскройте содержание стадий формирования и выполнения заказа.
4. Какие виды отчетов о выполнении заказа формируются на предприятии?

5. Определите особенности управления взаимоотношениями с клиентами.
6. Дайте характеристику технологии «управление взаимоотношениями с клиентами» (Customer Relationship Management, CRM).
7. Составьте алгоритм управления циклом заказа на предприятии.
8. Охарактеризуйте логистическую систему с «опережающим заказом».
9. Как учитываются характеристики заказа клиента при проектировании зон хранения склада?
10. В чем заключаются особенности взаимодействия предприятия и государственных учреждений при организации сбыта готовой продукции?

Тема 10. Информационные технологии в управлении каналами распределения

В настоящее время информационные технологии используются для анализа, планирования и поддержки принятия коммерческих и логистических решений в системе распределения на макро- и микроуровне. При изучении этой темы следует уяснить понятия «информационная технология» и «информационная система».

Необходимо усвоить задачи и принципы построения логистических информационных систем производственных и торговых предприятий в сфере товарного обращения и их влияние на результативность физического товародвижения.

Следует ознакомиться с информационными технологиями в логистике, с использованием технологий автоматической идентификации штрихового кодирования и радиочастотной идентификации учетных единиц (RFID), раскрыть механизм информационного обеспечения логистических процессов в оптовой и розничной торговле, при организации транспортировки грузов в каналах распределения.

В заключение выясните особенности использования базовых и модифицированных систем управления процессами распределения, принципы «вытягивания» и «выталкивания» материальных потоков при их перемещении из сферы производства в сферу потребления.

Контрольные вопросы и задания

1. Дайте характеристику информационных потоков в системе распределения.
2. Дайте сравнительную характеристику использования штрих-кодов и радиочастотных меток (RFID) в каналах распределения.
3. Какие информационные технологии и технические средства используются при считывании информации с штрих-кодов и радиочастотных меток?
4. Охарактеризуйте основные способы управления материальными потоками и запасами в товаропроводящей цепи.

5. Раскройте содержание логистических концепций управления материальными потоками в системе распределения.

6. В чем заключаются преимущества системы быстрого отклика (QR) для производителей и розничной торговли?

7. Дайте характеристику информационных потоков в логистической системе.

8. Проведите сравнительную характеристику технологии штрих-кодирования и RFID-кодирования.

9. Сравните между собой информационные системы логистического менеджмента.

10. Определите этапы создания единой информационной системы предприятия.

Тема 11. Управление ассортиментом товаров в оптовой и розничной торговле

Ассортимент товаров – это набор товаров, объединенных по признаку или совокупности признаков. Дайте сравнительную характеристику между промышленным и торговым ассортиментом товаров с учетом показателей глубины и широты.

При изучении ассортимента товары подразделяют на классы, группы, товарные категории, подкатегории и товарные позиции. Нужно дать характеристику каждого из составляющих ассортимента.

Требуется определить показатели, характеризующие состояние ассортимента в магазине. Для закрепления материала целесообразно взять ассортимент отдельного торгового предприятия и провести расчет его основных показателей.

«Ассортиментный минимум», «товарный классификатор», «ассортиментная матрица» – необходимо найти определение каждого из понятий, а также составить ассортиментную матрицу на условном примере.

При подготовке к семинарскому занятию сравните порядок формирования ассортимента в оптовой и розничной торговле, а также выделите факторы, влияющие на формирование ассортимента в оптовой базе и розничном торговом предприятии.

Контрольные вопросы и задания

1. Дайте сравнительную характеристику промышленного и торгового ассортимента.

2. Охарактеризуйте показатели ассортимента и их использование в коммерческой деятельности оптовых и розничных торговых предприятий.

3. Определите порядок формирования ассортимента в розничной торговой сети.

4. Раскройте содержание товарного классификатора и ассортиментной матрицы.
5. Как влияет использование категорийного менеджмента на результаты коммерческой деятельности торговых организаций?
6. Опишите восемь видов ролей товарных категорий.
7. Как используется логистический подход при управлении товарным ассортиментом?
8. Какие факторы оказывают влияние на формирование оптимальной структуры ассортимента?
9. Составьте алгоритм формирования оптимальной структуры ассортимента.
10. Что включает в себя ассортиментная политика торгового предприятия?

Тема 12. Коммерческое ценообразование в каналах распределения

При изучении темы необходимо уяснить сущность коммерческого ценообразования, его особенности в оптовой и розничной торговле. Изучить ценообразующие факторы и формирование цен при закупке и продаже товаров. Выясните различие между понятиями «цена» и «стоимость» товара.

Для формирования практических навыков найдите и систематизируйте информацию о методах ценообразования, используемых в коммерческой деятельности оптовых и розничных торговых предприятий.

В результате освоения этой темы сформируйте понимание важности использования коммерческого ценообразования в условиях рынка на уровне торгового предприятия и в каналах распределения.

Контрольные вопросы и задания

1. В чем отличие ценообразования в условиях административно-командной системы и рыночной экономики?
2. Какие факторы влияют на уровень цены в торговле?
3. Как влияет государство на ценообразование в системе распределения в условиях рыночной экономики?
4. Охарактеризуйте методы ценообразования.
5. Опишите особенности формирования ценовой стратегии торгового предприятия.
6. Сформулируйте принципы ценообразования.
7. Как моделируется ценообразование в канале распределения?
8. Как формируется ценовая стратегия в канале распределения?
9. Опишите особенности использования скидок с цены за особые условия продаж.
10. Как связаны между собой ценообразование и политика распределения торгового предприятия?

Тема 13. Коммерческие взаиморасчеты в оптовой и розничной торговле

Организация процессов купли-продажи товаров предполагает возмездный характер отношений между продавцом и покупателем. Поэтому специалисту коммерции необходимо знать способы и формы расчетов, связанных с осуществлением коммерческой деятельности, их влияние на коммерческую устойчивость предприятия.

При изучении этой темы вначале необходимо уяснить особенности государственного регулирования коммерческих расчетов в сфере товарного обращения. Изучить законодательную базу и порядок осуществления расчетов между юридическими лицами и между юридическими и физическими лицами.

Определите особенности и основные различия между наличным и безналичным расчетом в практике коммерческой деятельности. При изучении безналичной формы оплаты товаров или услуг рассмотрите основные формы безналичного расчета (платежные поручения, чеки, аккредитивы и др.), определите целесообразность использования той или иной формы расчета в зависимости от вида сделки и коммерческих условий ее выполнения.

Контрольные вопросы и задания

1. Как осуществляется государственное регулирование коммерческих взаиморасчетов в сфере товарного обращения?
2. Какие основные формы коммерческих расчетов используются в Российской Федерации?
3. Определите порядок наличных и безналичных расчетов в торговле.
4. Охарактеризуйте особенности расчетов в торговле с помощью банковских карт.
5. Какие нормативные акты регулируют безналичные формы коммерческих расчетов.
6. Что представляет из себя уступка права требования (цессия)?
7. Какие негативные моменты возникают при использовании «неденежных» форм расчетов при поставке товаров?
8. Какие проблемы возникают при использовании внешнеторговых расчетов?
9. Опишите последовательность проведения безналичных расчетов.
10. Дайте характеристику учета взаимных требований при коммерческих расчетах.

Тема 14. Трансформация систем распределения в сетевой экономике

Стремительное развитие информационных технологий привело к трансформации традиционного коммерческого взаимодействия участников рынка и систем распределения. Эта трансформация затрагивает организацию

движения материальных потоков, а также обмен информационными и финансовыми потоками между продавцом и покупателями.

Изучение темы позволит получить представление об особенностях сетевой экономики и влиянии трансформации систем распределения на изменение производственных процессов.

Для понимания различий между традиционной и виртуальной коммерцией проведите сравнительное исследование между составом логистических затрат в этих сферах деятельности, что позволит получить представление о положительном эффекте от внедрения интернет-технологий в каналах распределения. Затем охарактеризуйте структурные изменения в распределении потребительских товаров для конечных потребителей за счет использования ими интернет-магазинов.

В заключение изучите особенности работы маркетинговых служб в изменяющихся условиях распределения товарных партий в сетевой экономике.

Контрольные вопросы и задания

1. Раскройте содержание понятия «сетевая экономика».
2. Дайте сравнительную характеристику состава логистических затрат в традиционной и виртуальной коммерции.
3. Какие структурные изменения в системах распределения потребительских товаров происходят при внедрении технологий интернет-торговли?
4. Опишите особенности работы маркетологов в традиционной системе товародвижения и сетевой экономике.
5. Как влияет трансформация систем распределения на изменение производственных процессов?
6. Раскройте закономерности развития сетевой экономики.
7. Как происходило эволюционное развитие управления материальными потоками в системах распределения?
8. Какие основные трудности можно отметить в развитии интернет-торговли в России?
9. Составьте классификацию сетевых структур в системе распределения.
10. Охарактеризуйте проблемы развития логистики в интернет-торговле.

Тема 15. Формирование логистической инфраструктуры электронной коммерции

Для организации электронных продаж необходима четко отлаженная система поставок и надежная логистическая инфраструктура. Движение прямых и возвратных материальных потоков обеспечивается за счет слаженного взаимодействия логистических посредников и провайдеров.

Изучение темы следует начать с формирования представления об эволюционных изменениях в традиционных коммерческих отношениях,

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru