

Учебно-методический комплекс дисциплины

Коммерческая логистика

Казань

2014

2.Аннотация

УМК по дисциплине «Коммерческая логистика» подготовлен Сайдашевой В.А., к.т. н., доцентом кафедры маркетинга, Шарафутдиновой Н.С., к.э.н., доцентом кафедры маркетинга, Ахметшиным Р.М., к.э.н., старшим преподавателем кафедры маркетинга для студентов очного отделения Института управления, экономики и финансов по направлению 080200.62 - Менеджмент.

В предлагаемом УМК содержится изложение концепций, стратегии и миссии коммерческой логистики. В теоретическом материале рассматриваются особенности функциональных областей коммерческой логистики. Имеется возможность изучать материал лекций самостоятельно, решая предлагаемые задачи и отвечая на теоретические вопросы, тем самым осуществляя самоконтроль усвоения материала.

Курс направлен на формирование у студентов:

- способности анализировать социально значимые проблемы и процессы;
- способности участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- готовности участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента

Трудоёмкость дисциплины в целом – 2 кредита, т.е. 72 часа, в т.ч. 18 час. лекций, 18 час. семинарских занятий, 36 час. самостоятельных занятий.

3. ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА

Название темы	Количество лекций	Количество семинаров
Тема 1. Задачи и функции коммерческой логистики	2	2
Тема 2. Факторы и тенденции развития коммерческой логистики	2	2
Тема 3. Информационная логистика в сфере коммерции	2	2
Тема 4. Механизмы закупочной логистики	2	2
Тема 5. Система товародвижения в коммерческой логистике	2	2
Тема 6. Управление запасами в коммерческой логистике	2	2
Тема 7. Транспортная логистика в сфере коммерции	2	2
Тема 8. Складская логистика в сфере коммерции	2	2
Тема 9. Организация логистического управления	2	2
Итоговая форма контроля	18	18

3. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ, ЗАДАНИЯ, КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Лекции представлены в ДК «Логистика»:

<http://bars.kpfu.ru/course/view.php?id=996>

Тема 1. Задачи и функции коммерческой логистики.

Вопросы для изучения:

1. Задачи и функции коммерческой логистики.
2. Основные принципы коммерческой логистики.
3. Общая концепция логистики, ее сущность и составные части.
4. Роль коммерческой логистики в отраслевых сферах

Вопросы и задания для практических занятий

Вопросы:

1. История возникновения коммерческой логистики, эволюция формирования ее научных основ.
2. Сфера деятельности коммерческой логистики.
3. Основные предпосылки и объективные причины развития коммерческой логистики.
4. Цели и задачи коммерческой логистики.
5. Логистические подходы к организации и управлению материалопотоками в отраслевых сферах (на примере оптовой и розничной торговли).
6. Принципы коммерческой логистики: системность, конкретность, научность, конструктивность, комплексность, адаптивность.
7. Актуальность использования логистических принципов в коммерческом предпринимательстве.

Вопросы и задания для практических занятий

Практическое задание

Немецкая компания «Volkswagen»

В 1934 году Фердинанд Порше, известный немецкий конструктор (основатель всемирно известной немецкой автомобильной компании Porsche AG), получил заказ от правительства Германии на разработку современного легкового автомобиля. И уже в 1935 году такой автомобиль был разработан. Он получил название «Фольксваген», что дословно в переводе с немецкого означает – «народный автомобиль». После двухлетних испытаний в 1937 году была запущена серия VW30, а к 1938 году автомобиль обрел знакомый многим поколениям внешний вид.

Фольксваген сразу оценили конструкторы, инженеры и водители. О нём заговорили, появились многочисленные публикации, в 1938 году в статье NewYorkTimes «Фольксваген» окрестили за внешнее сходство «жуком», что впоследствии стало визитной карточкой автомобиля.

Для производства «народного автомобиля» в 1938 году в городе Вольфсбурге началось строительство крупнейшего европейского автозавода «Фольксваген». Но надвигавшаяся война помешала наладить выпуск этого автомобиля. Во время Второй мировой войны работы по строительству «Фольксваген» были приостановлены, а недостроенный завод перефилирован на производство военной продукции. После окончания войны предприятие попало под контроль англичан, в чьей зоне оккупации находился Вольфсбург. Осенью 1945 года английские власти передали заводу заказ на 20 тыс. автомобилей. Но только почти через десять лет началось серийное производство автомобиля в его первоначальной модификации.

В 1947 году «Фольксваген» был выставлен на экспортной ярмарке в Ганновере и привлёк к себе большое внимание. Завод получил первый зарубежный заказ из Голландии на тысячу автомобилей, а в 1948 году стали поступать заказы из Швейцарии, Бельгии, Швеции и других стран.

В 1948 году сменилось руководство «Фольксвагена», его генеральным директором стал Г. Нордхофф, представитель нового поколения немецких руководителей. Обновлённое руководство состояло из дипломированных

инженеров, обладавших международным опытом работы на автозаводах и умевших нестандартно мыслить. С их приходом автомобиль был усовершенствован и модернизирован. В 1949 году начали выпускаться модели с новыми типами кузова – кабриолет и лимузин. В серийном производстве оборудование салона стало более комфортабельным, производилась установка частично синхронизированного двигателя.

Была налажена сеть автосервиса и технических станций по обслуживанию автомобиля. Постоянно велась работа с западными клиентами.

«Фольксваген» создал мощную сеть сбыта автомобилей. Экспорт автомобиля, получившего мировую известность, к концу 1948 года составил около 50 тыс. машин, на внутреннем рынке было продано около 15 тыс. К этому времени завод освободился от контроля англичан, и в 1949 году «Фольксваген» был полностью передан Федеративной Республике Германии.

Так начался новый этап развития завода, который, прежде всего, был отмечен интенсивным наращиванием производства и увеличением сбыта. К 1950 году было выпущено 100 тыс. автомобилей, к 1951 году – 500 тыс. машин, а в 1955 году состоялась торжественная церемония по случаю выпуска миллионного «Фольксвагена». Девизом этого времени в жизни немцев становится популярная фраза, связанная с «Фольксвагеном», – «Он член моей семьи».

Проверенная годами надежность и доступная цена машины усилили экспортные возможности автомобиля. «Фольксваген» продается уже в 150-ти странах мира. Появляются дочерние фирмы за рубежом – в 1953 году в Бразилии, в 1956 – в ЮАР, в 1957 – в Австралии, в 1964 – в Мексике (здесь с 1998 года выпускается «жук», ставший настоящим хитом сезона у голливудских звезд) и других странах.

Родоначальником нового поколения Volkswagen считается Passat, выпущенный в 1973 году. Он предлагался в многочисленных вариантах с двигателями рабочим объемом от 1297 до 1588 куб.см.

Модель Golf I, появившаяся в 1974 году, оказалась наиболее удачной: современная, экономичная, надежная, именно такая модель могла расшевелить международный рынок. Golf ознаменовал собой новый этап конкуренции в производстве класса компактных автомобилей, которые стали почти официально называться «гольф -классом».

Семейство моделей Passat пятого поколения было показано в 1996 году. В отличие от предыдущих машин, выпускавшихся с 1988 года, они вновь унифицированы с одноклассовыми Audi моделями A4 и A6. Это позволило применить более мощные и современные силовые агрегаты Audi продольного расположения.

В настоящее время концерн Volkswagen – один из крупнейших по объемам продаж в мире, имеет свои заводы в 15 странах мира, выпускает продукцию под пятью торговыми марками: Volkswagen, Audi, Skoda, SEAT. С 1998 года концерну принадлежит марка Bentley. Кроме легковых автомобилей, завод также осуществляет выпуск грузовиков, микроавтобусов.

Контроль качества выпускаемой продукции.

Каждый автомобиль должен быть проверен в соответствии с техническим чек-листом, утвержденным «Фольксвагеном», включающим 200 точек проверки. Подготовленный в соответствии с техническим заданием «Фольксваген» должен быть укомплектован в соответствии с утвержденным листом комплектности.

Все автомобили с пробегом предлагаются к продаже с использованием всех возможных схем финансирования и финансовых услуг, таких как кредит, лизинг, страховка, трейд ин. Автомобили могут быть допущены для продажи в дилерских центрах «Фольксваген» в рамках программы DasWeltAuto, если они не произведены в Китае. Условие для принятия автомобиля в программу

DasWeltAuto – гарантированный (подтвержденный дилером) пробег автомобиля.

Помимо мониторинга качества покраски или сварки, который существует на каждом автомобильном предприятии, также проводится входной контроль комплектующих непосредственно на заводе. К сожалению, важным вопросом по-прежнему является поиск надежного поставщика. Согласно официальной статистике концерна, 90% фирм – кандидатов на сотрудничество отсеивается еще на стадии аудита, благодаря устаревшему оборудованию, грязи в цехах и др.

Выход на российский рынок пикапа Volkswagen Amarok не поменял традиционную логистическую цепочку поставок импортных автомобилей Volkswagen в Россию. Практически все модели немецкого автоконцерна доставляются в порт Петербург на судах KESS и обрабатываются на терминале “Третьей стивидорной компании». По информации компании “БалтАвтоТрейд” (официального дилера Volkswagen в Санкт - Петербурге), в Россию автомобили поступают морем на автобильевовах через порт Петербург. Внедорожники производятся на аргентинском заводе Pacheto в Буэнос-Айресе. Дополнительная перевалка осуществляется в Европе.

Также в области логистики компания «Фольксваген» стремится к экономии ресурсов, бережному отношению к окружающей среде. В планах немецкого концерна тесное сотрудничество с «Группой ГАЗ», на базе завода которого в Калужской области планируется собирать немецкие автомобили. Концерн Volkswagen планирует продавать в РФ к 2018 году более чем 350 тысяч машин в год. Власти Калужской области, со своей стороны, прилагают усилия для того, чтобы создать благоприятные условия для производства автомобилей «Фольксваген».

Вопросы к заданию:

1. Какие показатели качества автомобиля более актуальны для российского покупателя и как они сказываются на осуществлении логистической деятельности?

2. Назовите основные конкурентные преимущества компании «Фольксваген».

3. Какие логистические задачи используется?

4. Сформулируйте основные ценности компании, позволяющие ей занимать лидирующие позиции на мировом рынке.

6. Как бы вы определили понятие философии бизнеса? Как оно влияет на осуществление логистической деятельности и другие бизнес процессы предприятия?

7. Чем оправдано то, что автомобили концерна в основном поступают на российский рынок морем? Какие риски с этим связаны? (транспортная логистика)

Контрольные вопросы:

- 1) Как Вы понимаете понятие «Коммерческая логистика»?
- 2) Сколько этапов формирования коммерческой логистики Вы знаете?
- 3) Как Вы понимаете «Коммерческую логистику как науку»?
- 4) Как Вы понимаете «Коммерческую логистику как хозяйственную деятельность»?
- 5) В чем новизна коммерческой логистики?

Вопросы и задания для самостоятельной работы

Задание

Приведите примеры использования логистического подхода к управлению потоковыми процессами в следующих организациях: строительная компания, агропромышленный холдинг, розничная сетевая структура федерального масштаба, межрегиональная оптовая торговая организация, транспортная компания, финансово-промышленная группа, промышленная

компания, международный логистический центр. Выявите особенности использования коммерческой логистики в этих организациях.

Контрольные вопросы

1. Что такое коммерческая логистика?

- а) искусство перевозки
- б) искусство управления материалопотоком
- в) предпринимательская деятельность

2. В чем выражается концепция логистической системы?

- а) в управлении материалами
- б) в управлении распределением
- в) в функции предпринимательства

3. Какое условие не относится к шести правилам логистики

- а) нужный груз
- б) необходимого качества
- в) в необходимом количестве
- г) в нужное время
- д) с необходимой недвижимостью
- е) в нужное место
- ж) с минимальными затратами

4. Какой показатель является основой для анализа системы логистики?

- а) дополнительные издержки
- б) общие издержки
- в) постоянные издержки
- г) переменные издержки.

Тема 2. Факторы и тенденции развития коммерческой логистики

Вопросы для изучения

1. Основные предпосылки и объективные причины развития коммерческой логистики.

2. Факторы, влияющие на интенсивное развитие коммерческой логистики.
3. Экономический эффект от использования коммерческой логистики.
4. Основные тенденции развития коммерческой логистики в условиях глобализации экономики.
5. Логистические операции и логистические функции, их классификация и характеристика

Вопросы и задания для практических занятий

Вопросы:

1. Факторы влияния макро- и микросреды на развитие коммерческой логистики.
2. Экономический эффект от использования коммерческой логистики.
3. Основные тенденции развития коммерческой логистики в условиях развития рыночных отношений и глобализации экономики.
4. Материальные потоки, как объекты логистического управления.
5. Логистические операции и логистические функции в коммерческой практике предприятия, их классификация, сущность и отличительные особенности.
6. Оперативные и координационные функции в логистике.
7. Содержание понятия «логистическая система» и цель ее функционирования.
8. Основные элементы и свойства логистической системы.
9. Принципы классификации и типы логистических систем.

Задание.

Охарактеризуйте взаимодействие логистики с основными управленческими функциями организации. В качестве возможного варианта распределите основные логистические функции между различными службами предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Службы организации и логистические функции

Службы Функции	Служба (отдел) логистики	Служба (отдел) маркетинга	Финансовый отдел	Отдел управления производством
Планирование товара				
Планирование услуг				
Обоснование и разработка упаковки				
Снабжение производства сырьем, материалами				
Пополнение запасов в системе распределения				
Мониторинг производственных процессов				
Проектирование и развитие складского хозяйства предприятия				
Финансирование оборудования				
Управление транспортным хозяйством				
Управление материальными запасами				

Темы для презентаций:

- 1) Тенденции развития коммерческой логистики
- 2) Факторы, влияющие на развитие коммерческой логистики

- 3) Особенности развития обратной логистики в России
- 4) Особенности развития логистической системы в РТ
- 5) Функции коммерческой логистики на предприятиях

Контрольные вопросы.

1. Назовите факторы развития коммерческой логистики.
2. Какие направления потоков в коммерческой логистике Вы знаете?
3. Перечислите основные предпосылки и причины развития коммерческой логистики.
4. Проанализируйте факторы, влияющие на развитие коммерческой логистики.
5. Каковы тенденции развития логистики в условиях глобализации экономики.
6. Перечислите и приведите примеры логистических операций и функций.
7. Что представляет собой процесс обратной логистики?
8. Выявите особенности системы CRM?
9. Проанализируйте слабые стороны логистической системы Республики Татарстан.

Вопросы и задания для самостоятельной работы

Задание. Подготовьте доклады по следующим темам: 1) Внешние факторы среды, влияющие на развитие коммерческой логистики в России 2) Внутренние факторы среды, влияющие на развитие коммерческой логистики в России 2) Применение процесса обратной логистики в разных сферах деятельности 4) Применение инструментов CRM для повышения логистического эффекта в деятельности предприятия

Открытое акционерное общество «Нижекамскшина» – крупнейшее предприятие в шинной отрасли России и СНГ. В рейтинге мировых шинных компаний «Нижекамскшина» занимает 20-е место среди 98 компаний. Основная деятельность – производство шин для легковых, грузовых,

легкогрузовых автомашин, сельскохозяйственной техники, автобусов, а также производство резиновых покрышек и камер. В компании выпускается каждая третья шина, производимая в России – всего более 12 миллионов штук в год.

Предприятие интегрировано в состав нефтехимического бизнес-направления ОАО «Татнефть» — управляющей компании ООО «Татнефть–Нефтехим». ОАО «Нижекамскшина» включает в себя завод массовых шин, завод грузовых шин и производство легковых радиальных шин «Кама-Евро».

ОАО «Нижекамскшина» видит свою миссию в обеспечении рынка качественными автошинами, удовлетворяющими требования и ожидания потребителей, в выполнении с высокой степенью надежности поставок на предприятия российского автопрома и в экспорте.

Стратегической целью ОАО «Нижекамскшина» является укрепление позиций лидера шинной отрасли Российской Федерации посредством глобальной реконструкции и модернизации производств, позволяющих осуществить выпуск шин по более эффективным технологиям, обновления ассортимента выпускаемой продукции, повышения ее качества, освоения новых рынков сбыта.

Среди стратегических задач компании – обновление ассортимента выпускаемых шин, увеличение объемов производства продукции высокой конкурентоспособности, отработка новых технологий, конструкций шин и рецептов.

В ассортименте «Нижекамскшина» более 170 типоразмеров и моделей шин. Компания производит шины для различных условий: дорожные, универсальные (всесезонные), зимние, повышенной проходимости, карьерные. Выпускаемые шины предназначены для разных видов автомобильной техники и в зависимости от этого подразделяются на типы:

- КАМА-EURO;
- легковые;
- легкогрузовые;
- грузовые;

- для с/х техники;
- для погрузчиков.

Большая часть выпускаемой продукции поставляется на комплектацию автозаводов – АвтоВАЗа, КамАЗа, ИжМаша, и других. В компании выпускается каждая третья шина, производимая в России – более 12 миллионов штук в год. В 2008 года собрана 315-миллионная шина с начала пуска завода. Около 20 процентов продукции Компании экспортируется в страны ближнего и дальнего зарубежья. Шины с маркой «Кама» отгружаются в страны СНГ, а также Англию, Голландию, Ирак, Финляндию, Иорданию, Кубу и другие страны.

ОАО «Нижекамскшина» уже 8 лет работает в системе менеджмента качества, соответствующей требованиям международных стандартов ИСО 9001. Постоянно модернизируя действующее производство, Компания уделяет большое внимание строительству новых современных линий и производств. Организация производства высокоэффективных легковых радиальных шин, пуск нового подготовительного производства с внедрением новейших технологий ведущих мировых производителей шин говорят о том, что продукция с маркой «Кама» отвечает самым строгим требованиям потребителей.

Наименование показателя	2008	2009	2010
Выручка	7 409 233 000	6 879 708 000	7 792 322 000
Валовая прибыль	509 576 000	392 832 000	249 610 000
Прибыль	-183 445 000	-94 478 000	-199 950 000

Вопросы к заданию:

1. Перечислите основных потребителей продукции компании ОАО «Нижекамскшина» и виды шин, выпускаемых данной компанией.
2. Определите основные факторы отраслевых рисков, связанные с деятельностью ОАО «Нижекамскшина».

3. Вычислить рентабельность продаж за каждый год работы Компании.

Контрольные вопросы:

1. Экономическая эффективность логистики не определяется:

- а) повышением общего уровня организации производства
- б) направлением материального потока
- в) четкой увязкой его звеньев
- г) повышением управляемости системы
- д) улучшением показателей функционирования логистической системы

2. Указать критерии качества работы логистической системы:

- а) надежность
- б) безопасность
- в) своевременность работы логистической системы
- г) способность обеспечить должный уровень технического обслуживания
- д) формирование математических законов

3. Какое положение не относится к свойствам логистической системы:

- а) целостность
- б) связь
- в) возможность моделирования
- г) организация
- д) интегративные качества

Тема 3. Информационная логистика в сфере коммерции

Вопросы для изучения

1. Назначение, сущность и задачи информационной логистики
2. Общая структура и функции логистической информационной системы
3. Информационный поток, как основная часть информационной логистики.
4. Принципы классификации и единицы измерения информационных потоков
5. Использование современных компьютерных технологий в построении информационных логистических систем

Вопросы и задания для практических занятий

Задание

В течение десяти лет компания «Си-Тэк Дистрибьюшен Компани» имеет долю 11% оптовых поставок разного рода продовольственных товаров в магазины и универмаги городов Сиэтл и Такома на северо-западе США. Компания весьма конкурентоспособна и открыта для внедрения самых прогрессивных информационных технологий.

В компании имеется должность вице-президента по логистике, который отвечает за все операции, касающиеся получения продуктов от поставщиков, их хранения и доставки в магазины. Помимо отдела логистики, в его подчинении находится также компьютерный центр компании.

«Си-Тэк» принимает все продукты от поставщиков на двух своих оптовых складах, осуществляет их хранение, а затем отправляет по заказам в розничную сеть. Компания имеет собственный небольшой парк грузовиков - 12 единиц. В вопросах поставки продуктов в розничную сеть используются эти грузовики и транспорт специализированных автомобильных предприятий. Как правило, о поставках продуктов в магазины договариваются по телефону, а затем устная договоренность подтверждается письменно.

Закупками продуктов у поставщиков занимается вице-президент по закупкам, который в своей работе опирается на команду из 8 опытных закупщиков - сотрудников соответствующего отдела. Номенклатура закупаемых компанией «Си-Тэк» продуктов превышает 3000 наименований.

Закупщики довольно самостоятельны в своей работе. Они решают, у кого и сколько закупать, по какой цене, пользоваться скидками или нет, когда продукты должны быть поставлены на оптовые склады компании, получать ли от поставщиков кредит, и если да, то на каких условиях и т. д.

Хотя оба вице-президента специально не координируют свою работу, но они чувствуют, что в этом есть насущная потребность, и без подобной координации в дальнейшем не обойтись. Два других вице-президента компании занимаются вопросами маркетинга и финансов. Активно взаимодействует с вице-президентом по логистике вице-президент по финансам. Информация, по мнению вице-президента, не упорядочена, и на ее основе невозможно делать глубокие выводы о сокращении логистических издержек.

Вопросы к заданию:

1. Основываясь на материалах об информационных потоках в логистике, какие рекомендации вы можете дать вице-президенту компании по логистике об использовании компьютерных технологий для координации работы с отделом закупки товаров и финансовым отделом?
2. Какая дополнительная информация о деятельности компании вам может понадобиться для подготовки своих предложений?
3. Каковы перспективы внедрения электронной коммерции на данном предприятии с учетом возможностей информационной системы?

Темы для презентаций

1. Роль информационной логистики в современном бизнесе.
2. Структура и функции логистической информационной системы
3. Признаки классификации информационных потоков.
4. Информационные технологии, используемые в коммерческой логистике
5. Нормативно-правовое обеспечение коммерческой логистики

Контрольные вопросы:

1. Каково назначение и роль информационной логистики в современном бизнесе?
2. Какова структура и функции логистической информационной системы?
3. Какие преимущества имеют интегрированные информационные системы?
4. Что такое информационный поток и какова его роль в информационной логистике?
5. По каким признакам классифицируют информационные потоки?
6. Каковы варианты сочетания материальных и информационных потоков?
7. Психологический эффект материальных запасов в производственной системе?

Вопросы и задания для самостоятельной работы

Задание

Российское предприятие «Радуга» занимается поставками детских игрушек, в том числе и из-за рубежа. На каждую партию закупаемого за границей товара фирма обязана получить лицензию на ввоз, которая согласуется с Роспотребнадзором. Однако это необходимое действие часто остается «за кадром» деловой активности фирмы, так как нет сотрудника, который занимался бы конкретно именно этим.

Обычно благодаря активности генерального директора фирме удается получить в Роспотребнадзоре госзаказ на поставку партии игрушек для крупных детских лечебных учреждений. Это очень выгодно. Получив заказ на поставку игрушек, фирма, однако, обнаруживает, что на складе их нет и надо срочно закупать их за рубежом. Но, как указывалось выше, для этого нужна лицензия, согласованная с Роспотребнадзором. Процесс получения лицензии на ввоз занимает не менее 2 месяцев и примерно 2—3 недели — ее регистрация в таможенных органах.

Часто, еще до получения лицензии, фирма «дает добро» иностранному партнеру на отгрузку закупаемых игрушек, тот, в свою очередь, загружает и отправляет автотранспорт в Россию. Автомобиль уже в пути или даже на таможне на границе, а полного комплекта разрешительных документов еще нет. Трое суток автомобиль на пограничном таможенном пункте стоит бесплатно (не считая простоя собственно транспортного средства), а затем таможенники начинают начислять штрафы за каждый день простоя. Если это происходит зимой, могут повредиться некоторые виды игрушек. В этой ситуации приходится использовать неформальные отношения.

Другую проблему при поставках игрушек данной компанией составляет воровство. Может пропасть автотранспорт вместе с водителем. При этом выясняется, что груз в целях экономии не был застрахован, хотя его общая стоимость достигает 220 тыс. долл. В принципе напрашивается вопрос о вооруженной охране, но об этом никто не думает.

Наконец, игрушки попадают на склад фирмы. Это должен быть специальный склад, имеющий лицензию. Однако склад фирмы режимным требованиям не отвечает, так как лицензия была получена в обход правил. В результате фирма продолжает терпеть убытки.

Но в фирме нет никого, кто постоянно занимался бы коммерческой логистикой, и названный круг проблем решается кем угодно: от генерального директора до временно принятого на работу секретаря.

Вопросы к заданию:

1. Оцените уровень организации логистической работы в этой коммерческой фирме. Считаете ли вы, что функции отдела логистики можно расширить?

2. Составьте план стратегических действий по организации и упорядочению логистической деятельности в коммерческой фирме.

Задание. Подготовить презентации: Использование современных компьютерных технологий в построении информационных логистических систем

Контрольные вопросы:

1. Какое из определений соответствует информационному потоку (ИП) в логистике?

а) ИП – это целенаправленное движение информации от источника к покупателю

б) ИП – это совокупность сообщений, циркулирующих в логистической системе между логистической системой и внешней средой, которые необходимы для управления и контроля логистических операций

в) ИП – это совокупность передаваемых знаний и мера упорядоченности системы

г) ИП – это информация, идущая параллельно материальному потоку

2. Что не является достоинством экспертных компьютерных систем:

а) принятие быстрых и качественных решений

б) подготовка опытных специалистов за короткий срок

в) сохранение «ноу-хау» компании

г) ограниченная возможность использования «здорового смысла»

д) использование опыта и знаний высококвалифицированных специалистов на скучных работах

3. В каких случаях не применяют имитационное моделирование:

а) не существует математической постановки задачи

б) аналитические модели имеются, но очень сложны и трудоемки

в) аналитические решения существуют, но персонал не имеет достаточной математической подготовки

д) в организации нет компьютеров

Тема 4. Механизм закупочной логистики

Вопросы для изучения

1. Понятие, сущность закупочной логистики
2. Основные функции, выполняемые закупочной логистикой
3. Основные методы закупок, их сравнительная характеристика
4. Задача выбора поставщика с позиции логистики

Вопросы и задания для практических занятий

Вопросы

1. Сущность и задачи закупочной (снабженческой) логистики.
2. Основные функции, выполняемые закупочной логистикой на макро- и микроуровнях, ее роль в формировании объемов и скорости движения входных материальных потоков.
3. Основные методы закупок материальных ресурсов, их сравнительная характеристика, преимущества и недостатки, сфера применения.
4. Задача и этапы выбора поставщика материальных ресурсов по перечню критериев с позиции логистики.

Задание

Приведите отличительные характеристики традиционного метода закупок материальных ресурсов и метода закупок, основанного на логистическом подходе, заполнив таблицу 2.

Таблица 2

Отличительные характеристики традиционного метода закупок и метода закупок, основанного на логистическом подходе

Сравнительные характеристики	Традиционный метод	На основе логистического подхода
Главная цель переговоров		
Основные критерии при выборе поставщика		
Количество поставщиков материальных ресурсов		

Методы осуществления закупок		
Основные цели выбора способа транспортировки		
Приемочный контроль		
Контроль качества		
Оформление документов		
Упаковка товара		

Задание. Подготовьте доклады по следующим направлениям:
 Особенности закупочной деятельности на предприятиях разных отраслях 2)
 Особенности методов закупок 3) Функции закупочной логистики на примере 5)
 Этапы выбора поставщика на примере конкретного предприятия

Контрольные вопросы

1. Каковы цели закупочной логистики?
2. Какие функции выполняет закупочная логистика на макроуровне?
3. В чем недостатки метода закупки товаров одной партией?
4. В чем особенности метода закупки товаров по мере необходимости?
5. Какие критерии лежат в основе анализа и выбора поставщиков материальных ресурсов?
6. Из каких этапов состоит процесс выбора поставщика материальных ресурсов?
7. Особенности закупочной логистики в Российской Федерации.

Вопросы и задания для самостоятельной работы

Задание. Издержки выполнения заказа на электрические фены «Фея» составляют 80 ден.ед. Количество товара, реализованного в течение календарного года, составляет 140, закупочная цена единицы товара – 70 ден.ед., издержки хранения товара - 20 % от закупочной цены.

Определите наиболее экономичный размер заказа, используя формулу Уильсона. Сформулируйте обоснованные выводы.

Контрольные вопросы

1. Указать, какой фактор свидетельствует в пользу закупок:

а) потребность в комплектующих изделиях невелика

б) отсутствие мощностей, необходимых для производства комплектующих

в) потребность в комплектующих велика

г) отсутствуют кадры необходимой квалификации

2. Что не является основной целью закупочной логистики:

а) удовлетворение потребностей производства в материалах с максимальной экономической эффективностью

б) удовлетворение спроса обслуживаемых покупателей за счет оптимизации объёма и структуры поступления товаров

в) увязка темпов развития товарооборота с развитием регионального потребительского рынка и изменениями его конъюнктуры

3. Что лежит в основе функционирования механизма закупочной логистики:

а) определение баланса между потребностями и ресурсами

б) принцип создания запаса

в) эффективное управление информационными потоками

г) оптимизация сроков размещения заказов

Тема 5. Система товародвижения в коммерческой логистике

Вопросы для изучения

1. Каналы распределения в коммерческой логистике: виды, уровни, участники

2. Логистическое посредничество, целесообразность использования посредников в каналах распределения

3. Логистическая цепь, связь ее с логистическим каналом

Вопросы и задания для практических занятий

Вопросы

1. Распределительная (сбытовая, маркетинговая) логистика: понятие, цели, задачи, назначение.
2. Принципиальное отличие распределительной логистики от традиционных способов сбыта.
3. Каналы распределения в логистике: виды логистических каналов, их уровни и участники.
4. Логистическое посредничество, целесообразность использования услуг логистических посредников.
5. Логистическая цепь, связь ее с логистическим каналом.
6. Участники логистической цепи, ее протяженность, принципы и механизмы эффективного функционирования.
7. Задача по определению оптимального места расположения распределительного центра на обслуживаемой территории.

Задание

Автомобильных дилеров в Соединенных Штатах Америки (США) свыше 30 тысяч, они составляют примерно 3 % всех торговых точек США, но получают 15 % общей суммы денег, которые американцы тратят на покупку товаров в розничной торговле и оплату услуг.

Дилеры также занимаются продажей подержанных автомобилей, которые они принимают в виде частичной уплаты за новый автомобиль. Кроме того, эти посредники осуществляют продажу запасных частей, производят ремонт и обслуживание машин. Дилеры сотрудничают между собой: если у дилера не окажется определенной модели или запасной части, он обращается к конкуренту, и тот помогает решить проблему.

На складе любого агентства имеется в среднем запасных частей на сумму 40 тыс. долл., причем они поступают от множества поставщиков. От дилеров

требуется не только умение продавать автомобили, но и осуществлять необходимую профилактику, техническое обслуживание и различные ремонтные работы в течение нескольких лет после продажи нового автомобиля. При качественном обслуживании случайные покупатели превращаются в постоянных клиентов и приверженцев. Для обслуживания клиентов дилер должен располагать мастерской определенных размеров, отличным оборудованием, иметь квалифицированных механиков.

Вопросы к заданию:

1. Перечислите проблемы, которые решают дилеры, сотрудничая между собой даже в условиях довольно острой конкуренции.
2. Предложите мероприятия по улучшению деятельности сети фирменных станций (центров) технического обслуживания, которые можно было бы рекомендовать российским производителям автомобилей.

Контрольные вопросы

Вопросы и задания для самостоятельной работы

Задание

Открытое акционерное общество «Альметьевский насосный завод» занимается производством электроцентробежных насосов и их составных частей, используемых при добыче нефти, а также оборудования, частично очищающего при ее добыче (нефти). К примеру: газосепараторы, гидрозащита, погружные электродвигатели. ОАО Алнас занимается выпуском побочной продукции: автомобильные запчасти (тормозные колодки) и автокомпоненты и литье. В составе ОАО «АЛНАС» сервисные подразделения, занимающиеся ремонтом электроцентробежных насосов и обслуживанием клиентов после продажи продукции завода. В настоящее время ОАО «АЛНАС» входит в состав компании Римера, представляющая нефтесервисный бизнес крупной промышленной группы ЧТПЗ (Челябинский трубопрокатный завод). Начинаясь мировой финансово-экономический кризис, который не прошел стороной и

«АЛНАС». Заслужой компании «Римера» стало то, что удалось не только сохранить производственный, но и творческий потенциал предприятия — его высокопрофессиональный коллектив.

Сегодня «АЛНАС» развивается, совершенствуется производство, оптимизируются логистические и производственные цепочки. Предприятие переживает свое второе рождение, а в свете общего подъема нефтедобывающей индустрии в нашей стране и в мире, у «АЛНАС» — большое будущее. Однако у «АЛНАС» существует некоторая проблема в доставке своей основной продукции до зарубежных клиентов (нефтедобывающих стран), по причине того, что не имеет постоянного посредника по поставке своей продукции в страны ОПЕК. Причины в отсутствии постоянных посредников по поставке продукции завода таковы:

- 1) Возникают проблемы на таможнях стран;
- 2) Испорченная репутация завода в период кризиса.

На предприятии были приняты меры и по преодолению последствий финансово-экономического кризиса. Были ликвидированы подразделения, не приносящие какую-либо ценность для предприятия, в результате этого прибыль возросла. В настоящее время ООО «АЛНАС» проводит презентации своей продукции с целью привлечения новых клиентов, посредников по доставке продукции завода в страны ОПЕК.

Ассортимент продукции у завода очень большой, прибыль завода должна быть очень большой. Имеется следующий прейскурант цен на продукцию:

- 1) Электроцентробежные насосы - 29 тыс. рублей/ шт.
- 2) Гидрозащита - 15 тыс. рублей.
- 3) Газосепараторы –9 тыс. рублей
- 4) Стоимость комплекта автомобильных колодок –0,9 тыс. рублей.

Ремонт ЭЦН и обслуживание клиентов зависит от его дальности завода и масштаба поломки насоса, может доходить до 25 тыс. рублей. Количество продукции, проданной за отчетный период:

- 1) ЭЦН - 10 тыс. штук

- 2) Гидрозащита –9 тыс. штук
- 3) Газосепараторы – 10 тыс штук
- 4) Комплект автомобильных колодок -15 тыс. штук.

Ставка по налогообложению составляет 20 %.

ООО «АЛНАС» заключил договора с поставщиками продукции завода для стран ближнего зарубежья. Завод предоставляет различные скидки для постоянных поставщиков, поставляющих продукцию завода более крупных размеров.

Вопросы к заданию:

- 1) Рассчитать чистую прибыль ОАО АЛНАС и рентабельность всей и основной продукции завода.
- 2) Как можно привлечь новых постоянных посредников для доставки своей продукции в страны ОПЕК?
- 3) Какие существуют способы привлечения посредников и критерии выбора потенциального посредника.

Контрольные вопросы:

1. Что является предметом распределительной логистики?
2. Что является объектом распределительной логистики?
3. На что направлены методы мотивации в распределительной логистике?
4. Когда используется интеграция «вниз»?
5. Когда используется интеграция «вверх»?
6. Что такое горизонтальная интеграция?

Тесты для самоконтроля:

1. Какие из перечисленных принципов не соответствуют распределительной логистике:

- а) координация
- б) системность
- в) единоначалие
- г) комплексность

2. Какие из перечисленных функции относятся к функциям сбытового контроля:

- а) анализ и оценка конъюнктуры рынка
- б) оценка результатов сбытовой деятельности
- в) контроль за выполнением планов сбыта
- г) организация продаж и доставка продукции потребителям
- д) верны ответы 2 и 3
- е) верны ответы 3 и 4

3. Совокупные логистические издержки в микрологистике определяются:

- а) суммой товарных запасов
- б) в процентах от стоимости ЧП
- в) в процентах от суммы продаж
- г) суммой издержек на хранение товаров

Тема 6. Управление запасами в коммерческой логистике

Вопросы для изучения

1. Назначение запасов в логистической системе и критерии их классификации
2. Основные категории товарно-материальных запасов в логистической системе
3. Управление запасами. Взаимосвязь процессов управления запасами с другими функциями распределения

Вопросы и задания для практических занятий

Вопросы

1. Основные категории товарно-материальных запасов по месту нахождения, выполняемым функциям и времени учета.
2. Факторы, влияющие на величину запасов в логистической системе.
3. Стоимостная плотность и удельная стоимость запасов.
4. Функции запасов в производственной и снабженческо-распределительной логистике.

5. Определение величины и оптимального места расположения запасов в логистической системе.

6. Выбор систем контроля за состоянием запасов в логистической системе. Использование ABC - анализа при управлении запасами.

7. Взаимосвязь процессов управления запасами с другими функциями распределения.

Задание

Под потребностью в сырье, материалах, ресурсах подразумевается такое их количество, необходимое к определенному сроку на установленный период для обеспечения выполнения заданной программы производства или имеющихся заказов.

Управление запасами, в частности расчет их возобновления неотъемлемая часть закупочной логистики. Минимальная партия поставки может устанавливаться как поставщиком, так и дистрибьютором. Для каждой единицы продукции дистрибьютор определяет размер партии закупки, который является для него наиболее выгодным в финансовом отношении.

Обычно возобновление заказа предпринимается в тот момент, когда количество товара на складе достигает критической точки.

Для примера рассмотрим деятельность фирмы «Золотая нить», занимающаяся реализацией ткани. Закупка осуществляется у поставщика, который не регламентировал какой-либо необходимый уровень закупок, т.е. фирме всегда могут предоставить необходимое количество товара при запросе.

Среди широкого ассортимента тканей выберем лишь шёлковую, чтобы разобрать на её примере механизм закупок.

Рыночная ситуация такова, что годовой объем спроса на шёлковую ткань составляет 9500 метров. Годовой спрос можно принять равным объему закупок. Также среди условий работы стоит подчеркнуть и то, что шёлковая ткань на предприятии расходуется равномерно. Необходимым условием стабильной работы выступает запас ткани – 200 метров. Количество недель в

году следует принять за 50. Продолжительность цикла заказа (временной интервал между размещением заказа и его получением) – 1 неделя.

Фирма является представителем мелкого и среднего бизнеса, поэтому закупки осуществляются позаказным методом, поскольку фирма не обладает излишними складскими помещениями.

Вопросы к заданию:

1. Сформулируйте суть позаказного метода осуществления закупок. В чём его преимущества и в чём недостатки?
2. Какой метод закупок Вы бы предложили, как наилучший для магазина тканей?
3. Рассчитайте точку возобновления заказа, используя данные в тексте.

Задание. Подготовьте презентации на следующие темы: Роль склада в логистической системе. 2) Виды складов и их характеристика 3) Показатели эффективности складской системы 4) Рекомендации для оптимизации складской системы

Контрольные вопросы:

1. Место склада в логистических системах и процессах.
2. Как классифицируют склады?
3. Роль грузовой единицы и грузового модуля в логистике.
4. Как оптимизировать расположение склада на обслуживаемой территории

Вопросы и задания для самостоятельной работы

Задание. Подготовьте доклады в рамках направления: Взаимосвязь процессов управления запасами с другими функциями распределения

Контрольные вопросы:

1. Какие виды материальных потоков вы знаете:

- а) внешний
- б) внутренний
- в) входной
- г) выходной
- д) горизонтальный
- е) вертикальный

2. Какие виды финансовых потоков вы знаете:

- а) внешний
- б) внутренний
- в) входящие
- г) выходящие
- д) наличные
- е) безналичные
- ж) горизонтальные
- з) вертикальные
- и) все ответы верны

3) Какая из перечисленных систем, обеспечивающих продвижение материального потока, является микрологистической:

- а) крупная железнодорожная станция
- б) связанные договорами поставщик, покупатель и транспортная организация
- в) взаимосвязанные участники цепи, обеспечивающие продвижение материального потока в пределах металлургического комбината
- г) крупный аэропорт

Тема 7. Транспортная логистика в сфере коммерции

Вопросы для изучения

1. Задачи и функции транспорта в логистической системе
2. Основные факторы, определяющие выбор перевозчика (транспортного агентства)

3. Современные виды транспортных средств и критерии их выбора
4. Транспортная специфика отдельных базисных условий поставки

Вопросы и задания для практических занятий

Вопросы

1. Роль транспорта в логистической системе.
2. Транспортные услуги, основные типы перевозок в каналах логистической системы.
3. Факторы, определяющие выбор перевозчика (транспортного агентства).
4. Современные виды транспортных средств.
5. Выбор транспорта и оптимизация маршрутов доставки грузов. Критерии выбора. Пути сокращения транспортных издержек. Значение транспорта в использовании современных методов управления логистикой.
6. Основные принципы реализации политики транспортных предприятий.
7. Концепция развития транспортной отрасли в условиях рыночной экономики.
8. Комбинирование видов транспорта в зависимости от типа груза и уровня транспортных издержек.
9. Состояние и перспективы развития перевозок комбинированного типа в России и за рубежом.
10. Особенности транспортировки груза на межнациональный рынок.

Задание

ОАО «Вамин Татарстан» является крупнейшим в Республике Татарстан вертикально-интегрированным сельскохозяйственным объединением, в состав которого входят 36 молочных предприятий, хлебоприемные и зерноперерабатывающие предприятия, агрофирмы. ОАО «Вамин Татарстан» имеет широкую сеть розничной торговли. Филиалы компании рассредоточены по городам Республики Татарстан. Филиалы реализуют производимую продукцию через сеть розничных арендуемых и собственных магазинов.

Основная продукция, производимая компанией: молоко, сыры натуральные твердые, сырки плавленые, масло, творожные батончики, соки, нектары, крупы.

За счет закладки молокопродуктов на хранение и в госрезерв на зимний период производство мало подвержено сезонным изменениям, связанным с заготовкой сырья.

До недавнего времени компания пользовалась собственным автотранспортом. Но в связи с физическим и моральным износом части автопарка, стал вопрос о закупке новых автомашин или использовании услуг транспортных компаний.

Основными конкурентами на рынке сырого молока в Республике Татарстан являются ОАО «Красный восток» и ОАО «ВАМИН». На сегодняшний день картина долевого распределения рынка молочной продукции в Татарстане выглядит следующим образом: ОАО «ВАМИН» удерживает около 59% рынка, около 33% контролирует «Эдельвейс-М», остальная доля распределяется между другими участниками, такими как Чистопольский молочный комбинат, Зеленодольский молочный комбинат и др. Также нужно отметить, что серьезная конкуренция на рынке молочной продукции между ОАО «ВАМИН» и ООО «Эдельвейс-М» возникает только на рынке г. Казани, в масштабах же всей республики, «ВАМИН», без сомнения, занимает лидирующие позиции, в первую очередь, благодаря разветвленной сети филиалов.

Таблица 1 - Экономические показатели необходимые для расчета

	На 1 января 2011г.
Оборотные активы	16263144
Дебиторская задолженность (платежи ожидаются более чем через 12 мес. после отчетной даты)	5913010
Краткосрочные обязательства	14466450
Доходы будущих периодов	-
Резервы предстоящих расходов	490854

Вопросы к заданию:

1. Что относится к задачам транспортной логистики?
2. В каком случае компания предпочтет использование аутсорсинга?
3. По таблице 1 найти коэффициент текущей ликвидности.

Задание. Подготовьте темы презентаций: 1) Актуальные вопросы развития транспортной инфраструктуры в России 2) Развитие транспортной инфраструктуры в рамках ВТО, Таможенного союза. 3) Особенности видов транспорта

Контрольные вопросы:

1. Каковы задачи транспортной логистики?
2. Какие области охватывает транспортная логистика, как сфера деятельности?
3. Какие факторы учитываются при оценке транспортного предприятия?
4. В чем заключаются преимущества унимодальных перевозок?
5. Каковы отличительные особенности интермодальных перевозок?
6. Какие факторы с позиции логистики влияют на выбор вида транспорта?
7. В чем состоит основной недостаток водного транспорта?

Вопросы и задания для самостоятельной работы

Задание Компания ООО “Стройбыт”, занимается подрядничеством в строительстве, в последнее время претерпевает финансовые трудности, связанные со снижением спроса на услуги компании. Недавно, она получила от украинской фирмы предложение на регулярную поставку специализированных перфораторов для крупной московской строительной компании. Данная компания занимается строительством госзаказов в Подмосковье (40 км от

Москвы). Украинская фирма предложила базис поставки СРТ Москва, оставив открытым вопрос страхования грузов.

Руководство компании ООО “Стройбыт” согласилось на данное предложение. После чего был подписан договор с московской компанией на поставку перфораторов, при оговоре условий поставок стало известно, для выгрузки и погрузки перфораторов не обходим погрузчик, который компания не имела в собственности. Также за повреждения при выгрузке и загрузке перфораторов ответственность ложится на саму компанию.

Что касается погрузчика, было принято решение приобрести его на оставшиеся свободные средствав стоимость 3 000 000 руб., со сроком полезного использования 36 месяцев. За его эксплуатацию компания намерена получать 100 000 руб. в месяц. При этом такие затраты как: зарплата водителя 15 000 руб., ежемесячный расход топлива 10 000 руб., ежегодная страховка 15 000 руб., - оплачивает сама компания. По поводу страхования груза, компания выбрала самострахование.

Вопросы к заданию:

1) Правильное ли решение, покупка погрузчика, приняло руководство компании? Аренда погрузчика со стороны стоит 80 000 рублей в месяц.

2) Посчитать амортизацию. Причем за третий год эксплуатации погрузчика, будет произведена переоценка основного средства индексным методом (индекс = 2,1)

3) Дать свои предложения по страхованию груза.

Контрольные вопросы:

1. К основным задачам транспортной логистики относятся:

а) создание транспортных систем, в том числе транспортных коридоров и транспортных цепей

б) совместное планирование транспортных процессов на различных видах транспорта

в) выбор вида и типа транспортного средства

г) все ответы верны

2. Критериями выбора транспортных средств с позиции логистики являются

а) надежность поставки

б) стоимость перевозки (размер тарифов)

в) готовность перевозчика к изменению тарифов

г) все ответы верны

3. Транспортировкой, осуществляемой одним видом транспорта, является:

а) комбинированная

б) смешанная

в) унимодальная

г) все ответы верны

4. К тарифам автомобильного транспорта относят:

а) сдельные

б) из покилометрового расчета

в) за повременное пользование грузовыми автомобилями

г) все ответы верны

5. Основными документами, регламентирующими условия и правила перевозок, являются:

а) Устав железных дорог

б) Кодекс торгового мореплавания

в) Устав автомобильного транспорта

г) все ответы верны

6. Оценочный параметр перевозок – это:

а) тариф

б) цена

в) спецификация

г) коносамент

7. В логистике выделяют следующие виды транспортировки (2 ответа):

- а) внешняя
- б) внутренняя
- в) специальная
- г) технологическая

8. На уровне логистики организации управление транспортировкой состоит из нескольких основных этапов:

- а) выбор способа транспортировки;
- б) выбор вида транспортного средства;
- в) выбор перевозчика и логистических партнеров по транспортировке;
- г) оптимизация параметров транспортного процесса.
- д) все ответы верны

9. На выбор вида транспорта влияют следующие факторы:

- а) надежность
- б) грузоподъемность
- в) стоимость перевозки
- г) частота отправок
- д) все ответы верны

10. Компании, осуществляющие доставку грузов всеми видами транспорта, имеют следующие положительные черты:

- а) способны подобрать грузоотправителю наилучший вариант доставки для конкретной партии груза;
- б) имеют менее высокие тарифы
- в) имеют более квалифицированный персонал
- г) все ответы верны

Тема 8. Складская логистика в сфере коммерции

Вопросы для изучения

1. Роль и значение склада в коммерческой логистике.
2. Логистический процесс на складе: структура, особенности.
3. Этапы выбора системы складирования в сфере коммерции и пути оптимизации.

Вопросы и задания для практических занятий

Вопросы

1. Роль и значение склада в коммерческой логистике.
2. Логистический процесс на складе: структура, особенности.
3. Этапы выбора системы складирования в сфере коммерции и пути оптимизации.

Задание. Подготовить доклады по следующим темам:

- 1) Тенденции развития складской логистики
- 2) Виды складов
- 3) Роль складской системы в коммерческой логистике
- 4) Рекомендации по оптимизации складского комплекса

Контрольные вопросы:

1. Поясните понятие и особенности складской логистики?
2. Каково место складской системы в коммерческой логистике?
3. Какие существуют категории складов?

Контрольные вопросы:

1. Что такое склад с логистической точки зрения:
 - а) здание для хранения продукции
 - б) сооружение для управления запасами
 - в) микрологистическая система на предприятии для размещения поступающего материального потока
 - г) производственное подразделение по выпуску продукции
2. Какой из перечисленных ниже объектов не включается в складское хозяйство:
 - а) территория для размещения запасов материалов
 - б) сооружения для сохранности материалов

в) оборудование для хранения, перемещения и штабелирования материалов

г) конвейерные линии основного производства

д) весовое и измерительное оборудование

е) противопожарные средства

ж) система информации управления, учета, регулирования материалооборота

3. Каковы регулирующие параметры в системе с фиксированной периодичностью заказа и с двумя фиксированными уровнями запасов:

а) фиксированный размер заказа

б) фиксированная партия поставки

в) фиксированная потребность

г) фиксированная периодичность, запас нормальный MAX и запас нормальный MIN

Тема 11. Организация логистического управления

Вопросы для изучения

1. Роль логистики в стратегическом планировании организации

2. Стратегия службы логистики на предприятии

3. Проблемы моделирования и прогнозирования в логистике

Вопросы и задания для практических занятий

Задание

Кейс: Организация производственного процесса ОАО «Атом».

Организация «Атом» выпускает двигатели для грузовых и легковых автомобилей. Классификация объектов приложения бизнеса следующая: грузовые автомобили – тягачи, грузоподъемники; легковые автомобили – седаны, джипы, спортивные. Поставщик сырьевых ресурсов, полуфабрикатов у организации один. Прием заказов осуществляется один раз в месяц. При этом заказ формируется на основе данных базисного периода с учетом текущих

изменений. Сбыт на двигатели автомобилей не зависит от коэффициента сезонности, но при изменении конъюнктуры рынка сбыта на двигатели автомобилей возникают проблемы перепроизводства. Следовательно, увеличиваются логистические затраты, происходит моральное устаревание двигателей.

В организации задействовано массовое производство с учетом высокой трудоемкости изготовления двигателей. Работа осуществляется сотрудниками средней квалификации и высшим образованием, вследствие чего на предприятии присутствует постоянный процент брака в размере 5-10%. На устранение брака затрачиваются средства из стабилизационного фонда предприятия, который направлен исключительно на поддержание стабильности деятельности. Если размер отчислений из фонда стабилизации превышает фиксированную норму, то средства поступают из резервного фонда предприятия.

Вопросы к заданию:

1. Сформулируйте обоснованные предложения по рациональной организации производственного процесса в организации.
2. Определите степень влияния монопольного поставщика на хозяйственную деятельность предприятия.
3. Оцените систему управления качеством в организации «Атом» и сформулируйте свой вариант решения проблемы.

Контрольные вопросы

1. Поясните понятие, сущность логистического менеджмента.
2. Что представляет собой миссия, стратегия логистики. Приведите примеры.
3. Понятие и сущность контроллинга, его особенности.
4. Перечислите основные управленческие функции администрирования логистической системы.
5. Каковы задачи логистического анализа.

6. Что представляет собой процесс планирования логистической деятельности.

7. Проанализируйте факторы, при разработке логистической стратегии.

8. Приведите примеры логистических стратегий.

9. Каковы ключевые (комплексные) показатели эффективности логистической деятельности.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

Задание

Компания “Тандер” – основное операционное общество группы «Магнит» начала свою деятельность в 1994 году как поставщик парфюмерии, косметики и бытовой химии. К концу 1996 года “Тандер” прочно заняла место в десятке крупнейших российских фирм-дистрибьюторов парфюмерии, косметики и бытовой химии. К апрелю 1997 года была сформулирована концепция развития компании “Тандер” как grossery-дистрибьютора. Компания приступила к освоению продовольственного сегмента рынка. 1998 – 1999: Выход на розничный рынок продуктов питания. ОАО «Магнит» является владельцем крупнейшей по числу магазинов и территории их покрытия сети в России, что позволяет осуществлять закупки на специальных условиях.

Большое внимание уделяется сотрудничеству с местными производителями и поставщиками, что позволяет оперативно решать вопросы обеспечения сетей магазинов свежими товарами местного производства. «Магнит» создан для повышения благосостояния покупателей, дает возможность на покупку качественных товаров повседневного спроса. Так же «Магнит» всегда нацелен на удовлетворение растущего спроса потребителей

Деятельность на начало октября 2010 года в сети насчитывалось 3658 магазинов и 45 гипермаркетов в 1156 населенных пунктах общей площадью 1,24 млн кв. м. На конец 2008 года общее число торговых объектов компании достигло 2579 (включая 14 гипермаркетов) суммарной площадью свыше 823,5

тысяч квадратных метров. Общая площадь каждого из гипермаркетов составляет 5000—12000 м² при ассортименте 20—25 тыс. наименований.

В конце декабря 2008 года сеть «Магнит» вошла в список компаний, которые получают государственную поддержку в период кризиса. Выручка компании по МСФО в 2009 году составила 169,9 млрд руб. (в 2008 году — \$5,35 млрд), чистая прибыль — 8,7 млрд руб. (\$187,92 млн). Финансовые показатели по МСФО за первое полугодие 2010 г.: выручка составила \$3,45 млрд, чистая прибыль — \$131,2 млн.

Степень конкуренции российского рынка розничной торговли питания весьма мала- на долю 3-х крупнейших игроков приходится около 6% рынка, что существенно уступает аналогичным показателям стран Восточной и Западной Европы. Подобная низкая концентрация капитала создает предпосылки для усиления среди розничных сетей в ближайшем будущем. На текущем этапе развития конкурентной борьбы в первую очередь выражается в захвате дополнительных рынков сбыта за счет роста самой торговой сети, в том числе путем использования франчайзинговых схем, а также сделок по слиянию и поглощению. Основными конкурентами «Магнита» являются: «X5 Retail Group», «МЕТРО Кеш энд Керри», «Ашан», «Дикси», «Седьмой континент», «Лента», «О'Кей» и другие.

Вопросы к заданию:

- 1) Проведите SWOT-анализ розничной сети Магнит на рынке Казани.
- 2) Определите миссию и цель ОАО «Магнит».
- 3) На ваш взгляд, какие преимущества у «Магнита» по сравнению с конкурентами?

Контрольные вопросы:

1. Сколько видов работ различают в области логического сервиса?
 - а) 3
 - б) 4
 - в) 5.

2. Определить вид работ в сфере логистического сервиса: представляет собой совокупность всевозможных вариантов оплаты продукции?

- а) предпродажный
- б) послепродажный
- в) финансово- кредитное обслуживание.

3. Способность поставщика соблюдать обусловленные договором сроки поставки в установленных пределах - это

- а) надежность поставки.
- б) доверенность поставки
- в) обещание поставки

4. Способность поставляющей системы учитывать особые пожелания клиентов

- а) гибкость поставки.
- б) плавность поставки
- в) устойчивость поставки

5. Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Перечень вопросов к зачету

1. Значение логистики в хозяйственной деятельности организаций в условиях рыночной экономики.
2. Сравнительная характеристика оперативных и координационных функций коммерческой логистики.
3. Основные задачи логистики в сфере коммерции.
4. Особенности и принципы коммерческой логистики в условиях развития межрегиональных связей.
5. Реализация научного принципа коммерческой логистики в сфере управления материальными запасами оптового предприятия на межрегиональном уровне.
6. Роль коммерческой логистики в условиях глобализации экономики.
7. Базисные условия эффективного использования коммерческой логистики во внешнеэкономической деятельности.
8. Эффективность внедрения логистической концепции в коммерческую деятельность.
9. Стадии внедрения логистической концепции в предпринимательской деятельности фирм.
10. Зарубежный опыт использования логистических принципов организации товародвижения в сфере обращения.
11. Роль и значение информации в логистическом менеджменте в сфере коммерции.
12. Схема движения информационных потоков, обслуживающих сквозные материальные потоки в межрегиональных логистических системах.
13. Параметры и единицы измерения информационных потоков в коммерческой логистике.
14. Характеристика и примеры вертикальных информационных потоков в сфере торговли.
15. Основные принципы формирования информационных логистических систем на базе компьютерной техники.
16. Проблемы формирования информационной логистической системы в сетевом бизнесе в сфере коммерции.
17. Сравнительная характеристика различных методов закупок материальных ресурсов в коммерческой логистике.
18. Особенности функционирования системы материально-технического снабжения (на примере конкретной торговой организации).
19. Подсистема "Закупки", как элемент, обеспечивающий вхождение

материальных потоков в логистическую систему в сфере коммерции.

20. Основные задачи закупочной логистики в условиях конкуренции на рынке товаров массового спроса.

21. Преимущества и недостатки использования метода закупок товаров розничными торговыми предприятиями по котиловочным ведомостям.

22. Требования к организации материальных потоков в коммерции в сфере малого бизнеса.

23. Организация материальных потоков в коммерции с позиций современного логистического менеджмента.

24. Принципы организации складских и транспортных процессов у посредников-дилеров.

25. Проблемы оптимального функционирования логистической системы в сфере коммерции на современном российском рынке.

26. Управление товародвижением на основе коммерческой логистики.

27. Пути оптимизации горизонтальных логистических каналов на современном этапе развития рыночной экономики.

28. Маркетинговые аспекты сбытовой деятельности в логистических каналах.

29. Материальные запасы, как элемент безопасности функционирования логистической системы в сфере коммерции.

30. Роль и значение моделирования в логистике запасов в сфере коммерции.

31. Основные принципы выбора схемы управления товарными запасами в логистической системе.

32. Причины создания страховых запасов в микрологистической системе оптового торгового предприятия.

33. Взаимосвязь складской логистики с логистикой запасов в сфере коммерции.

34. Принципы выбора транспортных средств в коммерческой логистике.

35. Требования к организации материальных потоков в транспортной компании.

36. Логистика транспортных связей торгового предприятия в условиях рыночных отношений.

37. Маршрутизация, как элемент оптимизации планирования, управления и контроля транспортных потоков в сфере коммерции.

38. Современные технологии транспортирования грузов в сфере коммерции.

39. Этапы разработки логистического сервиса на примере конкретной организации или группы товаров.

40. Пути снижения затрат при организации логистического сервиса в системе товародвижения.

41. Основные требования к организации логистического сервиса для торговых предприятий в условиях регионального (общероссийского, международного)

рынка.

42. Логистический сервис, как фактор конкурентоспособности коммерческих организаций в условиях рыночной экономики

43. Пути повышения качества логистического сервиса, оказываемого потребителям материальных потоков в сфере коммерции.

44. Связь коммерческой логистики с менеджментом.

45. Результативность использования логистики в деятельности коммерческих организаций.

46. Характеристика основных видов планирования логистической работы в сфере торговли в условиях рыночных отношений.

47. Современная концепция логистического управления в сфере коммерции.

48. Управление деятельностью логистических транспортных организаций, функционирующих в системе товародвижения.

Методические рекомендации по формированию итоговой оценки успеваемости студентов

Рейтинговые показатели по дисциплине «Логистика» формируются на основе результатов текущего контроля знаний обучающихся в течение семестра (Блок 1) и по итогам зачетной(экзаменационной) сессии (Блок 2). Оба блока оценки при расчете рейтинговых показателей учитываются в зависимости от значимости каждого из блоков:

- результаты текущего контроля знаний (Блок 1) - коэффициент значимости - 0,5;
- результаты зачетной(экзаменационной) сессии (Блок 2) – коэффициент значимости - 0,5.

Рейтинг по дисциплине составляет 100 баллов. Максимальный результат, который может быть достигнут студентом по Блоку 1, составляет 50 баллов, по Блоку 2 - 50.

В соответствии с Регламентом КФУ «О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся», утвержденного 02.08.2012 принята следующая шкала соответствия рейтинговых баллов (с учетом их округления до целых) оценкам пятибалльной шкалы:

- 86 баллов и более - «отлично» (отл.);
- 71-85 баллов - «хорошо» (хор.);
- 5 -70 баллов - «удовлетворительно» (удов.);
- 54 балла и менее - «неудовлетворительно» (неуд.)

В заключение семестра по Блоку 1 студент должен набрать не менее 27,5 баллов, в противном случае, он не допускается к зачету. В процессе сдачи зачета (экзамена) (Блок 2) студент также должен набрать не менее 27,5 баллов, в противном случае, зачет будет считаться не сданным.

Рекомендуемая литература

Основная литература:

Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник Издательство: Дашков и К.- Москва 2012// <http://znanium.com/bookread.php?book=329767>

Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник. Издательство: Дашков и К.- Москва, 2012// <http://znanium.com/bookread.php?book=317391>

Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности. Издательство: Дашков и К.- Москва, 2012// <http://znanium.com/bookread.php?book=327941>

Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: Учебник / Н.К. Моисеева; Под общ. ред. проф., д.э.н. В.И. Сергеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 528 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=370959>

Каменева Н.Г. Логистика [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Н. Г. Каменевой. - М.: КУРС: ИНФРА-М, 2013. - 202 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=405358>

Волгин В. В. Склад: логистика, управление, анализ [Электронный ресурс] / В. В. Волгин. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 724 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=430618>

Дополнительная литература:

Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: Учебник / А.Н. Стерлигова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 430 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=394075>

Наумов В.Н. Основы предпринимательской деятельности: Учебник / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 313 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=411733>

Журнал - www.rbk.ru

Журнал - www.logistic.ru

Журнал - www.s-logistics.gsf.ru/

Информационно-справочные системы - ru.wikipedia.org

Информационно-справочные системы - www.garant.ru

Поисковые системы - www.rambler.ru

Поисковые системы - www.mail.ru

**Методические рекомендации для преподавателей,
ведущих семинарские и практические занятия
по дисциплине «Коммерческая логистика»**

1. При изучении раздела 1 «Коммерческая логистика» для подготовки к занятиям необходимо ориентировать студентов делать акцент на использовании периодической литературы и иных источниках.

2. Каждое занятие необходимо начинать с контроля присутствия студентов на занятии. Отмечать присутствие студентов, вести рейтинг успеваемости необходимо в соответствующих предусмотренных для этого формах документов (журналах).

3. В начале каждого семинарского или практического занятия необходимо проводить устный опрос для выявления уровня изучения лекционного материала и выполнения заданий для самостоятельной работы по теме занятия.

4. В соответствии с тематическим планом необходимо проводить контрольные работы на занятиях. Контрольные работы можно проводить в тестовой форме или форме небольших заданий. Вопросы и задания заранее студентам не предоставляются. Основой для тестов и заданий являются вопросы, которые рассматривались на лекциях, семинарских и практических занятиях, а также в процессе выполнения студентом самостоятельной работы. В связи с этим при рассмотрении вопросов необходимо делать акцент на тех аспектах, которые впоследствии будут выноситься на контрольные работы.

5. В конце каждого занятия необходимо довести до сведения студентов оценки, полученные за устные ответы. Оценки, полученные за контрольные работы, необходимо довести до сведения студентов в начале следующего занятия.

6. Занятия, проводимые в интерактивной форме, предполагают одновременную работу группы студентов (например, участие в обсуждении). Такие занятия требуют предварительной подготовки, поэтому целесообразно планировать распределение участников и довести это до сведения студентов. А также заранее определить какие аспекты будут оцениваться и по каким критериям. Эту информацию необходимо довести до сведения студентов с целью мотивации их участия в занятии.

Методические рекомендации для студентов по изучению дисциплины «Коммерческая логистика»

Дисциплина «Коммерческая логистика» считается освоенной студентом, если он имеет положительные результаты промежуточного и текущего контроля. Это означает, что студент освоил необходимый уровень теоретических знаний в области управления конкурентоспособностью организации и получил навыки по формированию конкурентных преимуществ организации и разработке стратегий управления конкурентоспособностью.

Для достижения вышеуказанного студент должен соблюдать следующие правила, позволяющие освоить дисциплину на высоком уровне:

1. Начало освоения курса должно быть связано с изучением всех компонентов Учебно-методического комплекса дисциплины с целью понимания его содержания и указаний, которые будут доведены до сведения студентов на первой лекции и первом семинарском занятии. Это связано с

- установлением сроков и контроля выполнения индивидуального задания каждым студентом,
- распределением тем докладов и сроки их представления,
- критериями оценки текущей работы студента (контрольных работ, индивидуального задания, работы на семинарских/практических занятиях)

Перед началом курса целесообразно ознакомиться со структурой дисциплины на основании программы, а так же с последовательностью изучения тем и их объемом. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий.

2. Каждая тема содержит лекционный материал, список литературы для самостоятельного изучения, вопросы и задания для подготовки к семинарским и/или практическим занятиям, а также материалы для самостоятельной работы.

Необходимо заранее обеспечить себя этими материалами и литературой или доступом к ним.

3. Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.

4. Семинар по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается с устного опроса, решения практических занятий.

В связи с этим подготовка к семинарскому занятию заключается в том, что бы до семинарского занятия изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники, выполнить задания для самостоятельной работы.

5. В конце изучения каждой темы проводится тематическая контрольная работа, которая является средством промежуточного контроля оценки знаний.

Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

6. Подготовка к экзамену и зачету является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством текущего контроля. В процессе подготовки к экзамену, зачету выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо ответ студенту не ясен. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед экзаменом.