

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

 В.Н.Шимов

“ 12 ” 06 2012 г.

Регистрационный № УД 914-12 /баз.

Распределительная логистика

Учебная программа
для специальности 1-26 02 05 «Логистика»

2012

СОСТАВИТЕЛЬ

Т.М. Розина, доцент кафедры логистики и ценовой политики Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Черченко Н.В., заведующая кафедрой экономики и управления высшей школы РИВШ, кандидат экономических наук, доцент.

Щербич Г.А., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой логистики и ценовой политики Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 7 от 29.02.2012);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 06.06.2012).

Ответственный за редакцию: Розина Т.М.

Ответственный за выпуск: Розина Т.М.

Пояснительная записка

Распределительная логистика является неотъемлемой частью общей логистической системы, обеспечивающей наиболее эффективную организацию распределения готовой продукции.

Распределительную логистику можно рассматривать в разных аспектах с учётом предмета изучения. Прежде всего, это деятельность, связанная с выбором канала распределения, его проектированием, созданием и управлением им (институциональный аспект). Кроме того, это деятельность, направленная на организацию физического прохождения материального потока – товародвижение (функциональный аспект).

С другой точки зрения, это наука о планировании, организации, контроле и регулировании функций и операций с материальными и нематериальными потоками в процессе доведения готовой продукции до потребителя. С учётом указанных аспектов экономическая сущность распределительной логистики определяется как комплекс функций, связанных с процессом доведения готовой продукции от производителя до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, обеспечивающий эффективную деятельность всех участников. Актуальность изучения данной дисциплины подтверждается бурным ростом спроса на специалистов по логистике и интересом к данному направлению.

В первом разделе курса рассматриваются вопросы распределения товаров, раскрывающие маркетинговый подход к содержанию политики распределения. Излагаются сущность распределения товаров и основные варианты каналов распределения; основные формы прямых и косвенных каналов распределения; проблема выбора каналов распределения и роль основных участников при определении приемлемых вариантов. Раскрываются роль государственного регулирования каналов распределения; значение оптовой и розничной торговли и особенности их функций и организации; содержание прямых хозяйственных связей между производителями и потребителями; организация торговли с баз, складов, в оптовых и розничных магазинах. Уделено внимание таким формам распределения товаров, как кооперированные поставки и комплектование строек оборудованием, посылочная и комиссионная торговля, встречная торговля, ярмарочная, биржевая и аукционная торговля, лизинг и франчайзинг. Эта часть является необходимой основой для изучения современных проблем распределительной логистики.

Во втором разделе представлены вопросы распределительной логистики, раскрывающие сущность основных логистических бизнес-процессов в изучаемой сфере, рассматриваются содержание распределительной логистики и её место в системе логистического управления; задачи, функции, основные понятия и концепции распределительной логистики; каналы дистрибуции, логистические цепи и их характеристики, стратегии в логистических каналах. В этих темах представлен современный взгляд на указанные вопросы, отражающий

системный и процессный подходы к деятельности в сфере распределительной логистики.

В следующих темах изложены такие проблемы, как методология анализа и проектирования логистических каналов, методика создания логистической цепи, управление заказами, управление поставками, содержание анализа выполнения программы поставок, управление возвратным процессом. Последняя часть материала раскрывает такие вопросы, как управление логистическим сервисом, конфликты в каналах дистрибуции и методы управления ими, сущность логистических центров и возможности использования логистических подходов в торговле.

Цель изучения дисциплины «распределительная логистика» – сформировать у студентов целостное и глубокое представление о концепции и методологии решения задач распределения готовой продукции на основе системного подхода.

Задачи дисциплины – научить студентов основам организации распределения готовой продукции производственных предприятий и товаров в торговых системах, привить навыки, связанные с анализом и проектированием систем распределения на основе изучения и прогнозирования спроса. Студенты должны чётко понимать сущность, решаемые задачи, концептуальные положения и методы, применяемые в распределительной логистике, уметь рассчитывать параметры функционирования элементов логистической инфраструктуры и оценивать экономическую эффективность принимаемых решений.

Основой для изучения дисциплины " Распределительная логистика " является знание студентами курсов экономической теории, основ маркетинга, логистики, маркетинговых исследований, товарной политики предприятия, маркетинговых коммуникаций, ценообразования, маркетинга в Интернет.

Всего часов по дисциплине 230 , из них аудиторных-102 , в том числе лекционных –50, лабораторных занятий – 10, практических занятий – 42 часа.

Рекомендуемые формы контроля – зачет, экзамен.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование раздела, темы	Количество часов		
	Лекции	Практические/ лабораторные занятия	Всего
1	2	3	4
<i>Раздел 1. Распределение товаров</i>			
1. Политика и каналы распределения товаров. Предмет и задачи курса	4	2	6
2. Формы распределения и их общая характеристика	2	2	4
3. Выбор каналов распределения	4	2	6
4. Государственное регулирование каналов распределения	4	4/2	10
5. Оптовая и розничная торговля, их функции и особенности организации	4	4/4	12
6. Кооперированные поставки и комплектование строек оборудованием. Лизинг и франчайзинг	4	2	6
7. Встречная, поглотная и комиссионная торговля	2	2	4
8. Ярмарочная, биржевая и аукционная торговля	2	2	4
Всего по разделу	26	20/6	52
<i>Раздел 2. Распределительная логистика</i>			
Содержание распределительной логистики и её место в системе логистического управления. Задачи и функции, основные понятия и концепции	4	4	8
Каналы дистрибуции и логистические цепи в распределительной логистике	2	2	4
Методология анализа и проектирования логистических каналов. Методика создания логистической цепи	4	2	6
Управление заказами	2	2	4
Управление поставками	4	4	8
Конфликты в каналах дистрибуции и методы управления ими	2	2	4
Управление логистическим сервисом	4	4	8
Логистические центры. Логистика в торговле	2	2/4	8
Всего по разделу	24	22/4	50
Итого	50	42/10	102

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРОВ

Тема 1. Политика и каналы распределения товаров. Предмет и задачи курса

Понятие распределения товаров. Противоречия в интересах производителя и торгового посредника. Причины, по которым необходимы посредники. Политика распределения и ее задачи -- стратегические и тактические.

Природа каналов распределения. Определение канала распределения. Основные характеристики канала распределения: уровень, длина, ширина. Варианты каналов распределения для товаров народного потребления, производственно-технического назначения, услуг и их отличия.

Функции каналов распределения: изучение спроса на товары и их предложения на рынке; формирование спроса и стимулирование сбыта; установление контактов и поддержание связей с существующими и потенциальными покупателями; приспособление товара к требованиям покупателей; организация товародвижения, погрузочно-разгрузочных и складских операций; формирование запасов и их поддержание на необходимом уровне; хранение товаров; финансирование (своей деятельности, производителей, клиентов); принятие риска.

Традиционные каналы распределения. Вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы. Типы вертикальных маркетинговых систем. Сотрудничество и конкуренция каналов распределения и их участников.

Предмет курса «Распределение товаров», его задачи и связь с другими дисциплинами.

Тема 2. Формы распределения и их общая характеристика

Прямой и косвенный сбыт, их общая характеристика. Достоинства и недостатки прямых каналов распределения для товаров народного потребления и производственно-технического назначения. Сферы целесообразного использования прямых и косвенных каналов распределения.

Прямой сбыт и его разновидности. Прямые каналы распределения и факторы, определяющие их выбор. Организация прямых продаж. Косвенные каналы распределения и их основные формы. Смешанные каналы распределения. Виды охвата рынка и методы распределения. Интенсивное распределение. Распределение на правах исключительности (эксклюзивное). Селективное распределение.

Фирменная торговля. Электронная торговля как особый канал распределения товаров.

Тема 3. Выбор каналов распределения

Варианты каналов распределения. Факторы, влияющие на решения о структуре каналов распределения. Участники каналов распределения, определяющие их выбор: производители, потребители, посредники, транспортная сеть, органы государственного управления. Критерии оценки вариантов: экономический, управляемости и пригодности.

Роль производителя в выборе вариантов каналов. Основные факторы влияния на выбор производителя: размер капитала товаропроизводителя; тип и особенности производства; вид выпускаемой продукции; объемы продаж; размеры и характеристика рынка; наличие сети посредников; степень колебания цен на выпускаемую продукцию.

Роль потребителя в выборе вариантов каналов и факторы влияния на их выбор: вид потребляемой продукции; размер потребности в продукции; финансовые ресурсы потребителей; наличие условий для хранения запасов; число потребителей и их географическая концентрация; наличие разветвленной сети посредников.

Роль посредников в выборе вариантов каналов и факторы, определяющие их выбор: интерес продавать конкретный товар; условия для продажи конкретного товара; число посредников, предлагающих определенный товар.

Роль транспортной сети при выборе вариантов каналов распределения. Основные факторы, определяющие выбор: география путей сообщения; наличие железнодорожных путей у предприятий – потребителей; подвижной состав, используемый для перевозки продуктов; сферы целесообразного использования отдельных видов транспорта (железнодорожного, автомобильного, воздушного, водного, трубопроводного).

Управление каналами распределения. Стандартные задачи разработки структуры канала распределения. Отбор участников каналов. Формы воздействия на участников каналов распределения и стимулирования их деятельности. Оценка деятельности участников каналов.

Тема 4. Государственное регулирование каналов распределения

Необходимость государственного регулирования каналов распределения. Основные формы государственного регулирования распределения товаров: административные и экономические. Методы госрегулирования: прямые и косвенные.

Административные формы регулирования, их основные виды: нормативно-правовая база, государственный заказ, государственная собственность, государственные резервы, ресурсы, закупочные и товарные интервенции. Основные законодательные акты, используемые для регулирования каналов распределения в РБ. Организация регулирования торговли в РБ. Закон РБ «О торговле» и его основное содержание.

Экономические формы регулирования и их основные инструменты : планирование - директивное и индикативное; цены и тарифы - фиксируемые; регулируемые; свободные; финансовые инструменты - налоги; пошлины; льготы; субсидии; бюджетное финансирование; валютный курс; кредитно-денежная система; коммерческий расчет.

Материальные балансы и их роль в регулировании распределения товаров. Виды материальных балансов. Структура материальных балансов. Методика разработки статей материальных балансов. Специфика балансов отдельных видов продукции.

Тема 5. Оптовая и розничная торговля, их функции и особенности организации

Сущность оптовой торговли и ее функции. Виды оптовых посредников. Оптовики с полным и ограниченным циклом обслуживания. Брокеры и агенты. Оптовые конторы производителей и покупателей: сбытовые отделения и конторы, закупочные конторы. Виды специализированных оптовиков.

Сущность и функции розничной торговли. Особенности розничной торговли. Классификация предприятий розничной торговли в зависимости от предлагаемого товарного ассортимента, характера торгового обслуживания, принадлежности магазина, относительного внимания к ценам и территориального расположения магазинов. Розничные предприятия услуг и их особенности. Направления развития розничной торговли в Беларуси. Мерчандайзинг - понятие и цели применения.

Тема 6. Кооперированные поставки и комплектование строек оборудованием. Лизинг и франчайзинг

Сущность и особенности кооперированных поставок. Производственная кооперация и ее виды. Сбытовая кооперация. Производственно-сбытовая кооперация. Торговля в составе консорциумов. Компенсационные операции.

Необходимость комплектности при поставках оборудования. Сооружение объектов на условиях " под ключ ". Контракты на поставку комплектного оборудования и их содержание. Контракты с субподрядными фирмами.

Сущность лизинга и его важнейшие преимущества. Основные типы лизинга: финансовый, оперативный, возвратный. Выбор оптимального варианта финансирования. Правовые основы заключения и реализации лизинговых соглашений. Конвенция ЮНИДРУА по международному лизингу.

Франчайзинг как смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства. Франшиза как предприятие, созданное на основе

франчайзинга. Франчайзер, его права и обязательства. Франчайзи, его права и обязательства.

Тема 7. Встречная, посылочная и комиссионная торговля

Сущность встречной торговли. Специфика встречной торговли и ее эффективность. Основные виды встречной торговли. Бартер как наиболее традиционная разновидность встречной торговли. Стоимостная оценка товаров при бартерных операциях. Основные недостатки бартера.

Встречные закупки. Варианты встречных обязательств и эффективность их реализации. Выкуп устаревшей продукции и основные сферы данной формы торговли. Эффективность выкупа устаревшей продукции. Операции с давальческим сырьем как форма встречной торговли (толлинг). Эффективность операций по переработке давальческого сырья.

Назначение посылочной торговли. Организационные формы посылочной торговли. Стадии торгово-оперативного процесса посылочной торговли. Системы информации покупателей о наличии и условиях продажи товаров. Торговля по каталогам, с использованием телефона или прямого обращения по почте.

Назначение и особенности комиссионной торговли. Комиссионное вознаграждение и факторы, определяющие его величину. Консигнация.

Тема 8. Ярмарочная, биржевая и аукционная торговля

Роль оптовых ярмарок в формировании хозяйственных связей. Цели проведения ярмарок. Виды оптовых ярмарок. Организационные мероприятия по подготовке и проведению ярмарки. Участники торговли на оптовых ярмарках. Ярмарочный комитет и его функции. Функции дирекции ярмарки. Организация работы ярмарки. Принципы размещения участников и порядок показа товаров на ярмарках. Согласование спецификаций, условий поставки и заключение контрактов.

Сущность и сфера биржевой торговли. Функции, задачи и виды товарно-сырьевых бирж. Понятие биржевого товара. Порядок ведения биржевых торгов. Участники биржевых торгов и их права. Биржевая торговля в Беларуси.

Сущность и функции аукционной торговли. Аукционы как особые торги. Аукционы как коммерческие организации. Товары, реализуемые на аукционах. Открытые и закрытые аукционы. Техника аукционной торговли. Сортировка принятых от поставщиков товаров. Лоты и стринги. Каталоги и их роль. Аукционный торг с повышением цен. Гласный и негласный способы ведения торгов. Аукционный торг с понижением цен. Подписание контрактов и расчеты за товар.

Раздел 2. РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА

Тема 9. Содержание распределительной логистики и её место в системе логистического управления. Задачи и функции, основные понятия и концепции

Исторические предпосылки выделения распределительной логистики в самостоятельную функциональную сферу деятельности. Распределительная логистика как часть общей логистической системы, обеспечивающая рационализацию физического перемещения продукции к потребителю. Особенности управления товародвижением в логистической системе.

Область исследований в распределительной логистике. Планирование каналов распределения; обеспечение стандартов качества товара и логистического сервиса; транспортировка; организация складской деятельности; управление запасами; приём заявок и формирование портфеля заказов; управление конфликтами в логистических каналах. Издержки в распределительной логистике.

Предмет изучения распределительной логистики. Экономическая сущность распределительной логистики. Задачи распределительной логистики на микроуровне, в мезо - и макрологистических системах. Функции распределительной логистики.

Основные понятия, используемые в распределительной логистике :

логистический канал (канал дистрибуции/распределения материального потока); логистическая цепь; логистические посредники; управление заказами, поставками, логистическим сервисом.

Базовые логистические концепции управления процессами распределения. «Толкающие» и «тянущие» системы управления товарными потоками и запасами.

Взаимосвязь и различия логистики и маркетинга. Три позиции в оценке взаимодействия маркетинга и логистики. Использование обеих концепций как источник синергетического эффекта. Единое поле функционального приложения, общие цели, но различный инструментарий и предмет исследований.

Тема 10. Каналы дистрибуции и логистические цепи в распределительной логистике

Понятие маркетингового канала в современной интерпретации. Виды других каналов: принадлежности, переговоров, финансирования, продвижения, товародвижения.

Понятие логистической цепи и его отличия от логистического канала. Барьеры в логистической цепи. Проблемы управления в логистических цепях. Логистический канал как частично упорядоченное множество субъектов, осуществляющих доведение материального потока от источника генерации (производителя) до места назначения (потребителя).

Формы движения материального потока - транзитная и складская. Прямые, эшелонированные и смешанные логистические каналы. Логистические посредники в каналах, их функции (базисные, ключевые и поддерживающие). Преимущества использования посредников. Типы посредников (зависимые и независимые). Агенты, коммивояжеры, брокеры, комиссионеры, консигнаторы - зависимые посредники. Торговые дома, дистрибьюторы, дилеры - независимые посредники.

Стратегии в логистических каналах: охвата рынка (территории), потребителей, ассортимента.

Тема 11. Методология анализа и проектирования логистических каналов. Методика создания логистической цепи

Значение задачи обоснования инструментария анализа и проектирования логистических каналов. Основные методы, применяемые при анализе и проектировании каналов: институционально-описательный; графический; функциональный, структурный. Сущность каждого метода, его достоинства и недостатки. Систематизация методов анализа и проектирования логистических каналов с учетом ограничений и перспектив их использования на практике. Основной и общий недостаток приведенных методов.

Комплексная методика создания логистической цепи распределения товаров. Процесс упорядочения участников канала распределения как сущность его трансформации в логистическую цепь дистрибуции. Логистическая дистрибутивная цепь (ЛДЦ) как упорядоченное (оптимизированное) множество субъектов, осуществляющих доведение материального потока готовой продукции от источника генерации (производителя) до места назначения (потребителя).

Оптимизация дистрибутивных цепей как ключевое управленческое решение в распределительной логистике. Методика проектирования любого процесса как выбор последовательности действий с последующим их наполнением организационными, ограничительно-целевыми, оптимизационными и информационными решениями.

Структура процесса формирования ЛДЦ: организационная фаза (анализ действующей и проектирование желаемой ЛДЦ); эксплуатационная фаза (внедрение и управление сформированной ЛДЦ). Организационная фаза, ее стадии и этапы: предпроектная подготовка и проектирование, как совокупность этапов работы. Эксплуатационная фаза, ее стадии и этапы: внедрение, управление ЛДЦ и мониторинг ее функционирования. Схема процесса формирования ЛДЦ. Описание процедур, реализуемых на разных стадиях.

Основные этапы и процедуры на стадии предпроектной подготовки. Завершающий этап предпроектной стадии - разработка задания на проектирование.

Основные этапы разработки ЛДЦ на стадии проектирования. Реперные точки (определяющие моменты) процесса формирования ЛДЦ: выбор посредников (определение уровней канала); определение критериев оптимальности и ограничений ЛДЦ. Задача разработки показателей оценки уровней ЛДЦ. Критерии выбора посредников и показатели их оценки по этим критериям. Характеристика критериев. Эффективность распределительной логистики.

Тема 12. Управление заказами

Последовательность процедур управления логистической деятельностью на этапе распределения. Управление заказами - одна из важнейших функций распределительной логистики. Её связь с этапом управления закупками, с функциями маркетинга. Портфель заказов как совокупность заказов потребителей, имеющих на определённую дату (в микро - и макрологистических системах). Объём портфеля заказов и факторы, его определяющие.

Автоматизированные системы управления заказами (АСУЗ) и возможности оптимизации операций по складированию, хранению и перегрузочным работам. Адаптивность АСУЗ к реальным условиям на основе модулей сбора, обработки и прогнозирования заказов. Безбумажная технология управления заказами. Совокупность логистических операций и работ, составляющих технологию управления заказами. Время выполнения заказов. Стандартизация времени выполнения заказов (примеры ряда стран). Контроль системы управления заказами – стратегический и тактический (текущий).

Тема 13. Управление поставками

Значение эффективного управления поставками в распределительной логистике. Понятие поставки как продажа и доставка продукции оптовым покупателям. Виды оптовых покупателей. Четыре товарных фонда. Задачи управления поставками с логистической позиции. План (программа) поставки как основа управления логистическими процессами при её осуществлении. Информация, необходимая для разработки плана поставки. Структура поставок по принципу приоритетности: экспортные, первоочередные (литерные), обыкновенные (на общих основаниях).

Дисциплина обслуживания. Порядок «первым пришёл – первым обслужен». Гибкая дисциплина обслуживания. Классификация поставок по срокам: срочные, периодические, календарные. Метод быстрого реагирования и его преимущества.

Анализ выполнения плана (программы) поставок. Источники данных и показатели, используемые для оценки выполнения плана. Соблюдение договорной дисциплины как условие повышения эффективности логистической системы.

Анализ договорных обязательств и его содержание. Оценка выполнения контракта по объёму поставки. Последствия незапланированных товарных потоков или несогласованных параметров. Оценка договорных обязательств по равномерности и ритмичности поставок. Равномерность поставки. Ритмичность поставки. Последствия неравномерной и аритмичной поставки. Факторы, определяющие интервалы в поставках. Ажиотажный спрос как фактор, определяющий мощность товарных потоков или напряжение в логистических цепях. Влияние на равномерность поставки способов товародвижения и выбора логистического канала. Последствия несоблюдения сроков поставки.

Методы оценки уровня равномерности поставок. Учёт генерации товарного потока на ленточном графике. Метод сравнения удельных весов поставки (за каждый договорный период): реальной и нормативной. Расчёт коэффициента вариации (V), коэффициента равномерности (R). Показатель среднего времени задержки поставок (D). Коэффициент аритмичности поставок (Ka).

Методы оценки ассортиментных отклонений поставок. Технология осуществления поставок через логистические каналы: прямые и эшелонированные. Документальное оформление поставок. Операция отгрузки. Процесс доставки. Сроки доставки. Виды доставки: централизованная и децентрализованная.

Причины возврата партий поставки. Управление возвратным процессом и его эффективность. Реверсивная логистика. Возврат для перераспределения. Рециклинг (повторное использование материалов). Изъятие товара. Организация процесса. Номера партий. Контроль возврата и утилизации товаров.

Тема 14. Конфликты в каналах дистрибуции и методы управления ими

Выявление реальных и потенциальных конфликтов в канале. Факторы, влияющие на возникновение конфликтов. Понятие конфликта в канале. Виды конфликтов, их глубина, частота и значимость. Уровни конфликтов (схема). Анализ потенциальных источников конфликтов на двух стадиях взаимоотношений участников канала: в предшествующий (до начала взаимных отношений) и в последующий период (на протяжении осуществления этих отношений).

Три основных источника конфликтов: несоответствие целей; разногласия относительно сфер деятельности; различия в восприятии действительности. Варианты несоответствия целей. Разногласия относительно сфер деятельности. Сфера деятельности и её четыре элемента. Различия в восприятии действительности, как источник конфликтов.

Особенности неконструктивного и конструктивного конфликтов. Функциональный конфликт - с позитивными последствиями. Неконструктивный конфликт – с пагубными последствиями. Оценка вероятности возникновения конфликта и её значение для сохранения конструктивного уровня противоречий.

Методы урегулирования конфликтов. Виды стратегий разрешения конфликтов: информационно-активные, информационно-защитные. Прогнозирование выбора методов разрешения конфликтов. Власть в канале как средство урегулирования конфликтов.

Тема 15. Управление логистическим сервисом

Значение и сущность логистического сервиса. Эволюция понятия товар в продукцию типа товар-услуга. Трансформация товарной политики всех участников канала дистрибуции – промышленного предприятия, торговых фирм, транспортных, экспедиционных организаций, складских систем. Их роль как продуцентов готовой продукции.

Предмет и объект логистического сервиса. Определение логистического сервиса. Три основные категории операций в сфере логистического обслуживания: в процессе предпродажной подготовки, в процессе продажи (реализации) товаров; в процессе послепродажного сопровождения. Ведущая роль в организации традиционного логистического сервиса экспедиторской деятельности и работы транспорта. Состав экспедиционных услуг. Общая характеристика приоритетов, цели и основные задачи системы логистического сервиса. Сервисный поток. Ключевые параметры качества логистического обслуживания. Интернационализация логистического сервиса и проблемы его развития.

Обслуживание потребителей: основные концепции и понятия. Обслуживание потребителей как источник добавленной стоимости. Сущность обслуживания потребителей. Определение данного понятия. Ключевой вопрос в стратегии обслуживания.

Понятие базового уровня сервиса и его показатели – доступности, функциональности и надёжности. Феномен общего роста потребительских ожиданий. Концепция сужающегося диапазона приемлемого сервиса. Концепция совершенного заказа. Услуги с добавленной стоимостью (специализированная логистика) и виды деятельности, входящие в данную категорию.

Классификация видов деятельности, относящихся к услугам, в ВТО. Торгуемые и неторгуемые услуги. Услуги чистые и сопутствующие товару. Классификация услуг на основе концепции осязательности.

Логистический сервис и сервисная логистика. Логистическая сервисная система. Разделы и основные задачи сервисной логистики.

Виды услуг, предоставляемых покупателю. Основные этапы процесса формирования системы логистического сервиса: сегментирование рынка услуг; разработка пакетов услуг; установление цен; выбор каналов

распределения и реклама. Концепция предложения пакета услуг, стадии её разработки и реализации.

Показатели качества логистического сервиса. Техническое и функциональное качество. Управление качеством. Основные группы показателей. Оценка уровня логистического сервиса, его показатели. Алгоритм расчёта уровня сервиса. Основные требования к управлению логистическим сервисом. Способы реализации данных требований.

Тема 16. Логистические центры. Логистика в торговле

Логистические центры и их виды. Логистические центры компаний, региональные логистические центры. Информационно-аналитический центр как ядро логистического центра. Состав типичного регионального логистического центра. Программа развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015г. Основные варианты и разновидности логистических центров. Организационная структура логистического центра. Роль логистических центров в создании логистической системы Республики Беларусь.

Торговые зоны. Первичная, вторичная и третичная торговые зоны. Логистические системы в оптовой торговле. Два направления развития. Логистический сервис как основное направление деятельности оптовых организаций в процессе реализации товаров.

Логистические системы в розничной торговле. Магазинная и внемагазинная розничная торговля. Развитие розничной торговли как звена логистической системы товародвижения. Проектирование магазинов с учетом решений логистического характера. Построение стратегической схемы включения розничного магазина в логистическую цепь.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

О Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 авг. 2008 г. , № 1249 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь, –2008.– № 223

Логистика: Учебное пособие / Под ред. И.И. Полещук; Минск: БГЭУ, 2007.

Розина, Т.М. Распределительная логистика: курс лекций. / Т.М.Розина. – Минск: БГЭУ, 2009.

Дополнительная

Гражданский кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 окт. 1998г.: одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г.: текст по

состоянию на 1 сент 2009 г.// Консультант плюс: Беларусь. Технология Проф [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». - Минск, 2010.

Комментарий к Гражданскому кодексу Республики Беларусь: В 3-х кн. – Минск: Амалфея, 2005-2006.

О товарных биржах: Закон Республики Беларусь, 5 января 2009 г., № 10-3

О торговле: Закон Республики Беларусь, 28 июля 2003г., №231-3; в ред. Закона Респ. Беларусь от 26 нояб.2003 г., 20 июля 2006 г., 7 дек.2009 г.// <http://pravo.by/webnpa/text.asp?RN-H01300231>.

«О защите прав потребителей»: Закон Респ. Беларусь, 9 янв. 2002 г., №90-3// <http://www.levonevski.net/pravo/indexconsumer/htme>

Положение о проведении аукционов по продаже объектов республиканской собственности и права на заключение договора аренды нежилого помещения. (НРПА Республики Беларусь, 2002 г. №1188/ 4443, Утв. Постановлением М-ва по управлению гос. имуществом и приватизации Республики Беларусь 27 октября 2000 г., № 19)

Балансы ресурсов и использования важнейших видов продукции производственно-технического назначения и потребительских товаров в Республике Беларусь: стат. сб. – Минск, 2008.

Ачкасова, В.А. Конфликтология: учеб. пособие / В.А. Ачкасова. – СПб., 2005.

Бауэрсокс, Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д.Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс – Пер. с англ.М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2001.

Логистика: учеб. пособие / Б.А.Аникин и др.; под ред. Б.А.Аникина, Т.А. Родкиной – М.: ТК «Велби». 2005.

Модели и методы теории логистики / под. ред. В.С. Лукинского.- СПб.: Питер, 2003.

Николайчук, В.Е. Логистика в сфере распределения / В.Е. Николайчук.– СПб.: Питер, 2001 .

Николайчук, В.Е. Логистический менеджмент. / В.Е Николайчук - М.: Дашков и К, 2009 .

Платонов, В.Н. Организация и технология торговли: учебник / В.Н. Платонов.– Минск: БГЭУ, 2009.

Резер, С.М. Логистика: словарь терминов / С.М. Резер, А.Н. Родников.- М.: ВИНТИ, 2007.

Современная логистика / С. Джеймс [и др.] - М: Издат. дом «Вильямс», 2002.

Штерн, Л.В. Маркетинговые каналы / Л.В. Штерн, А.И. Эль-Ансари, Э.Т. Кофлан. – М. 2002.

Ярцев, А.И. Распределение товаров: учеб. пособие / А.И. Ярцев.– Минск: БГЭУ. 2002.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

Belarus State Economic University. Library.