

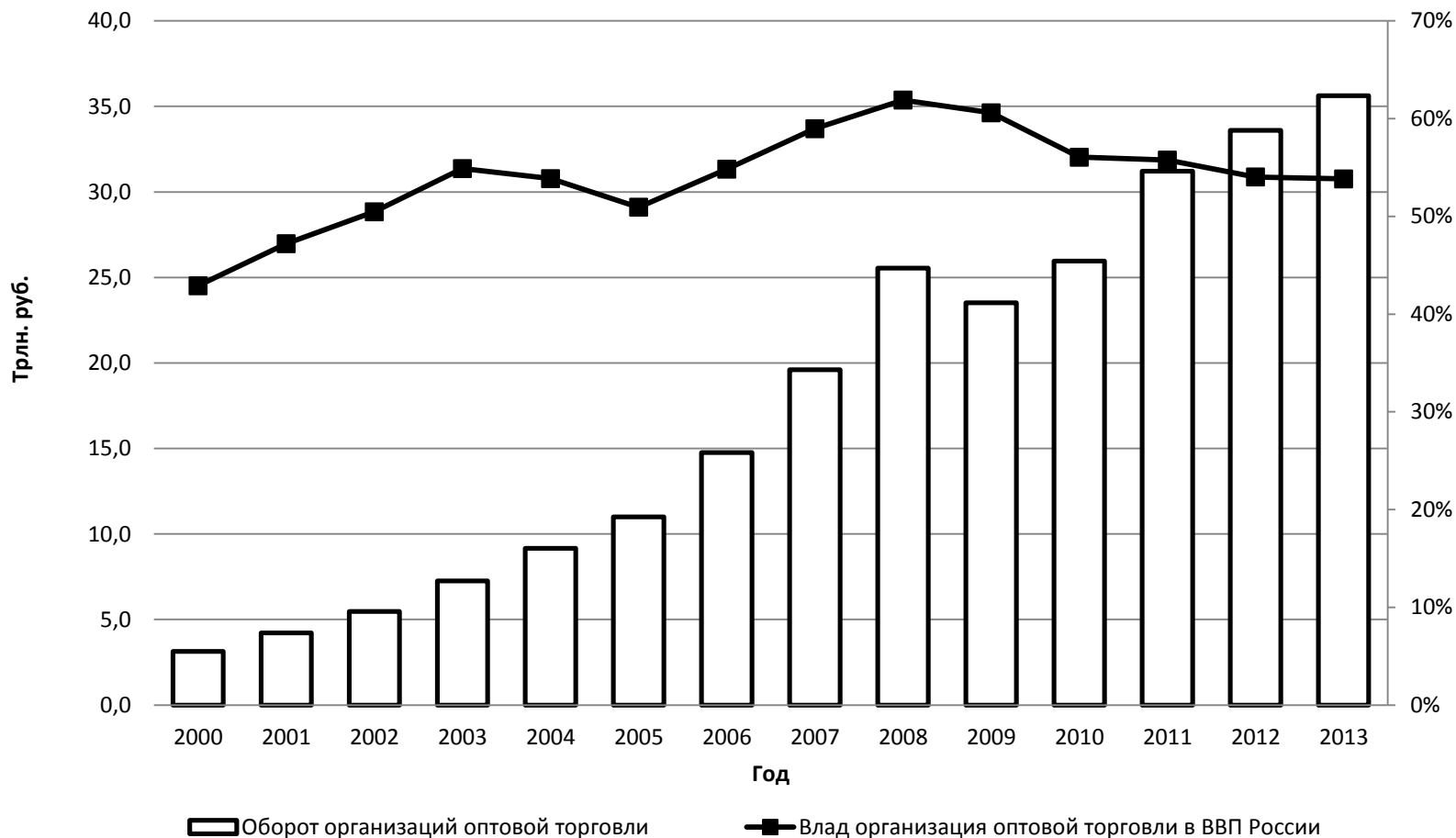


НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Стратегические основы управления логистическим сервисом на предприятиях оптовой торговли

Иванова Анастасия
Кафедра логистики

Оптовая торговля: динамика оборота и вклад в ВВП России



Источник: ФСГС

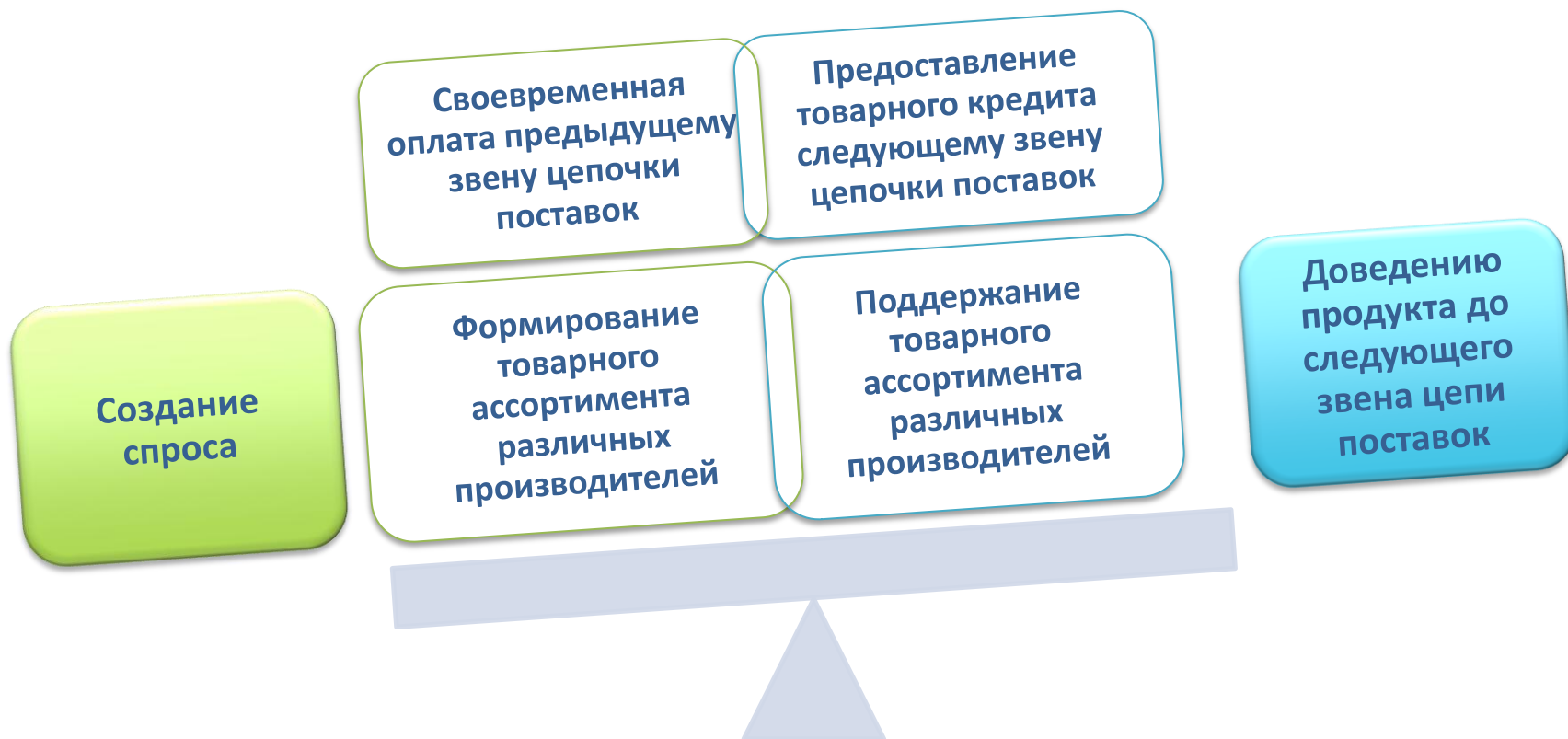
22.04.2015

Иванова А.В., кафедра логистики НИУ
ВШЭ

Функции предприятий оптовой торговли

Коммерческие

Логистические



Эволюция предприятий оптовой торговли

Рыночное становление оптовых компаний

- Использование логистической инфраструктуры советского периода
- Реализация сугубо **операционных** логистических функций

Укрепление рыночных позиций оптовиков

Налаживание экономических связей с **поставщиками** продукции

- Выделение службы логистики
- Аренда логистических мощностей

Налаживание долгосрочных экономических связей с **клиентами**

- Развитие собственной логистической инфраструктуры или ее аутсорсинг
- Информационная поддержка принятия решений
- Формирование разветвленной сети распределения

Борьба оптового звена логистической системы за место в цепях поставок

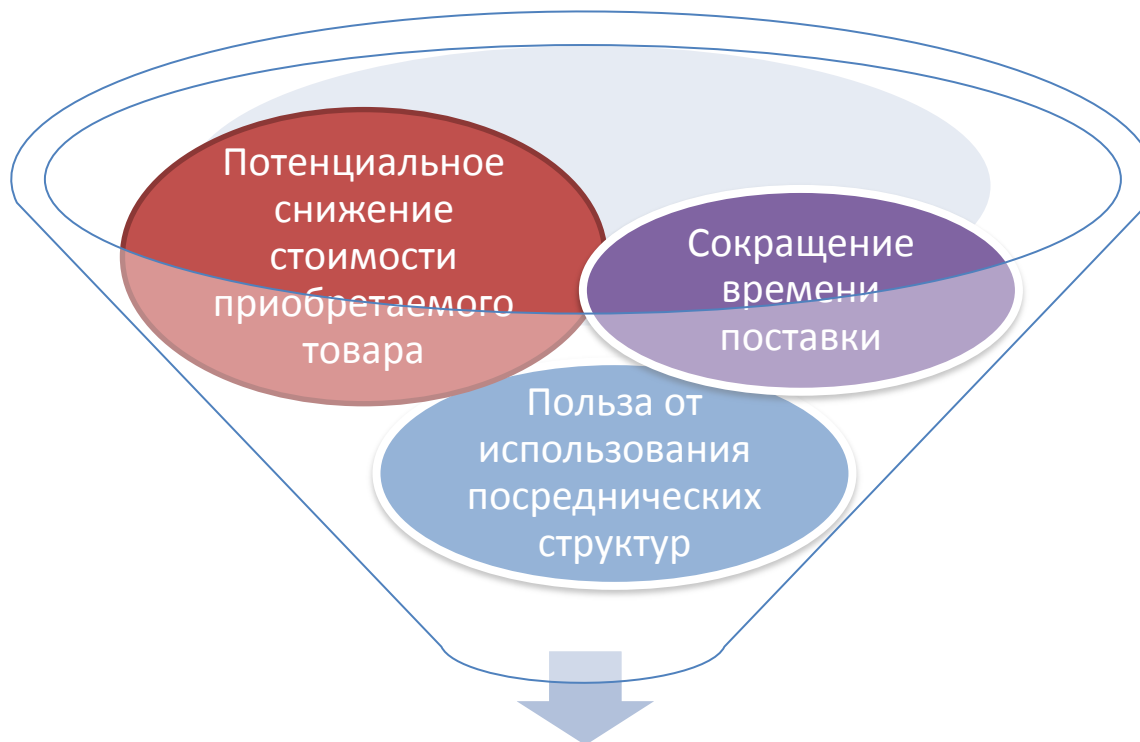
- **Индивидуальный подход** к организации логистического сервиса для клиентов

Развитие сетевой розницы

Оптимизация производителями сетей распределения

Укрепление логистических провайдеров

Причины обращения к предприятиям оптовой торговли (1)

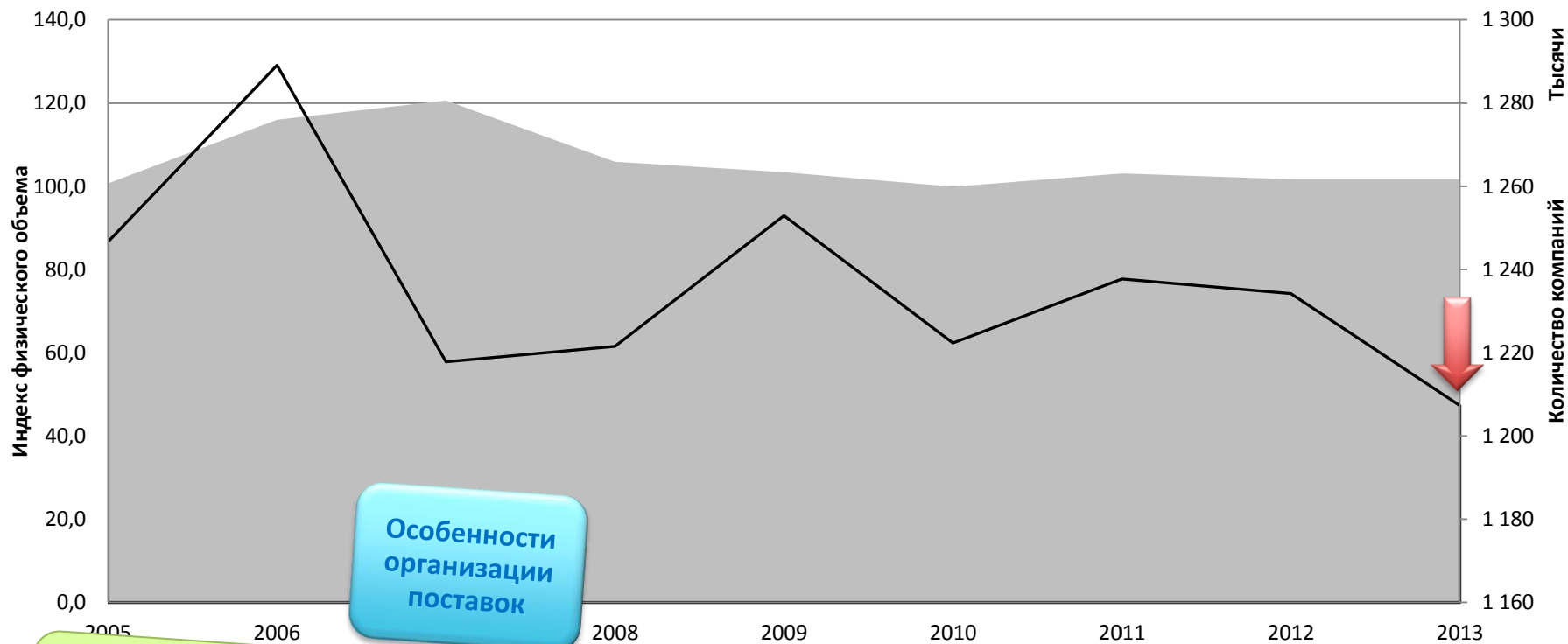


V Отсутствие необходимости:

- искать поставщиков и поддерживать взаимодействия с ними
- продумывать вопросы поставки и работать со значительным объемом документов

V Сокращение транзакционных издержек на коммуникации с различными поставщиками

Причины обращения к предприятиям оптовой торговли (2)



Особенности
организации
поставок

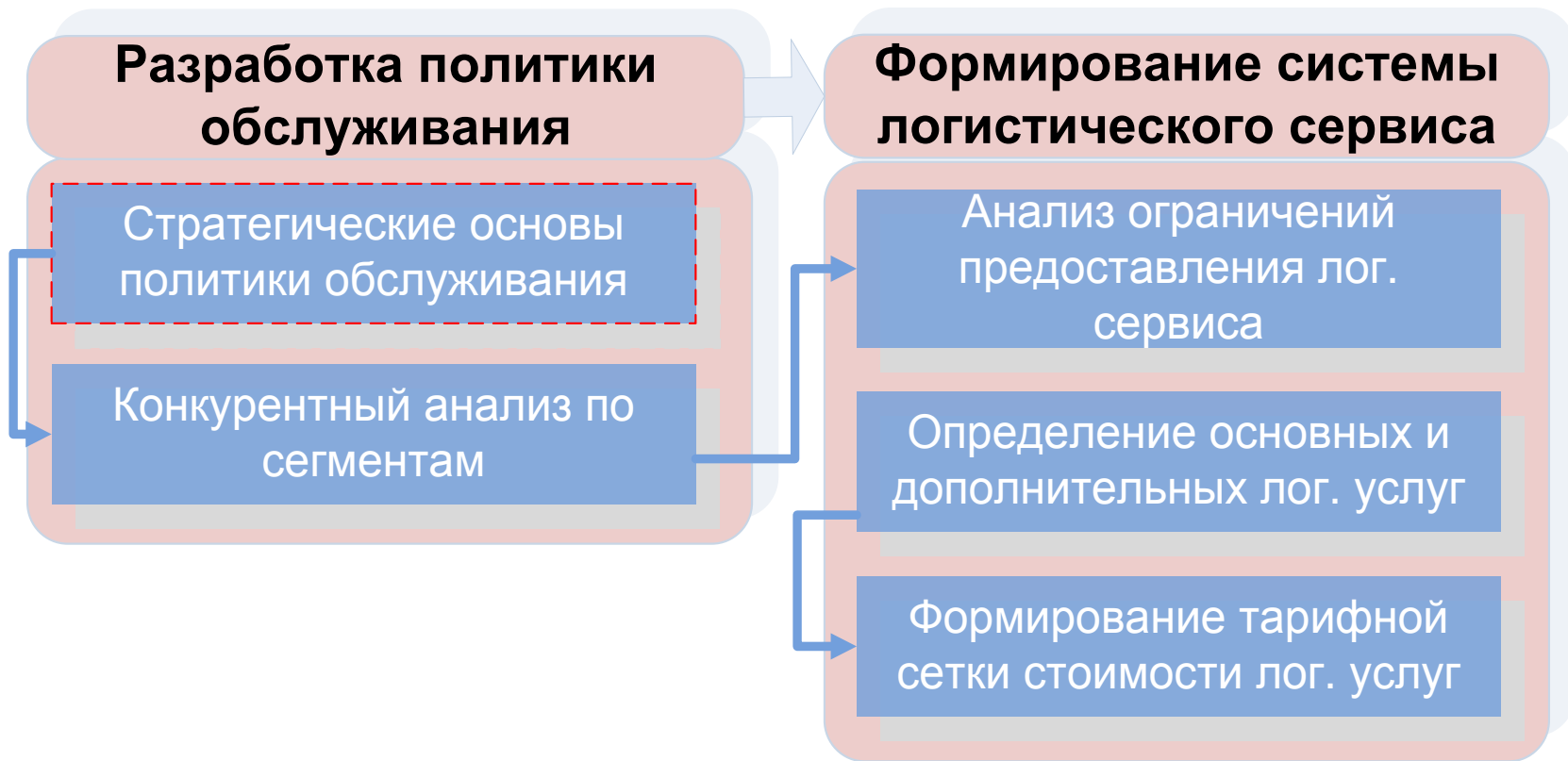
Цена
реализации

Характер
осуществления
поставок

- Индекс физического объема оборота оптовой торговли по Российской Федерации
- Распределение предприятий и организаций оптовой торговли

Источник: ФСГС

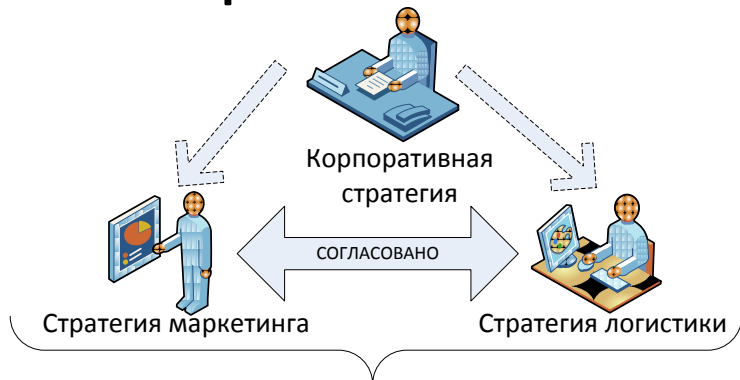
Обслуживание клиентов с точки зрения логистики



Стратегические основы управления логистическим сервисом на предприятиях оптовой торговли

¾ Генеральных директоров 400 транснациональных корпораций отмечают невозможность реализации сформулированной стратегии

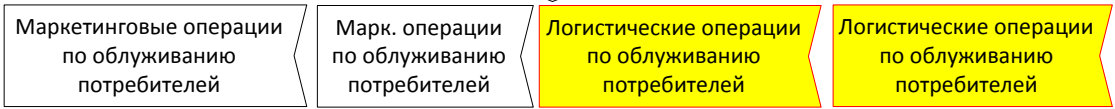
Источник: Harvard Business Review



Политика обслуживания потребителей



Мероприятия по декомпозиции целей и задач в области обслуживания потребителей

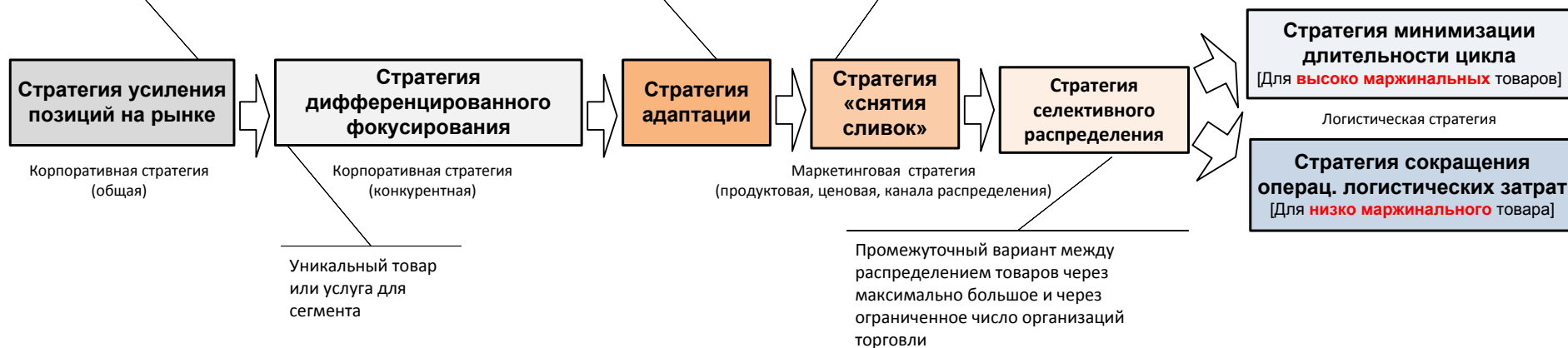


Пример реализации разрабатываемого подхода

Усиление маркетинговых воздействий для продвижения реализуемого товара или оказываемых услуг на рынке

Модификация продаваемого товара/ услуги под запросы потребителей

Установление относительно высоких цен



Стратегия логистики в области обслуживания потребителей	Параметры товара		Направления деятельности логистики в области обслуживания потребителей				Показатель	Ограничение
	Стадия жизненного цикла	Маржинальность	Приоритет в обслуживании	Использование лог. инфраструктуры		Производительность лог. инфра и персонала		
				Уровень запасов	Затраты на грузопереработку			
Стратегия минимизации длительности цикла заказа	Выведение на рынок Рост	Высокая	Уровень сервиса	Высокий	Высокие	Собственная Аренда	Увеличение	Общие логистические издержки
	Зрелость Упадок	Высокая	Затраты	Оптимальный	Оптимальные	Собственная Аренда	Увеличение	

Будущие направления исследования

- Разработка политики обслуживания
 - Выявление конкурентных основ разрабатываемой политики обслуживания по сегментам обслуживания (блок логистики)
- Формирование системы логистического обслуживания
 - Систематизация ограничений предоставления логистического сервиса
 - Разработка стандартов основных и дополнительных услуг логистического обслуживания
 - Тарификация доп. и основных логистических услуг