

Test wielokrotnego wyboru.

### 1. Etymologia pojęcia logistyka.

Język starogrecki: logos –słowo, mowa, rozum; **lego** – myśleć, rozsądek; **logistika** – praktyczna sztuka rachunku

**Logistikos** – oznacza człowieka myślącego wg. Reguł logicznych, matematycznych i fizycznych

**Logistic (ang.)** – gałąź sztuki wojskowej zajmującej się organizacją transportu, zakwaterowania i zaopatrzenia wojsk w czasie działań wojennych.

**Aleksander Wielki** – pierwszy stworzył efektywny system logistyczny zaopatrywania wojsk macedońskich.

W starożytnym Rzymie *logistikas* oznaczało zaopatrzenie legionów w środki do życia.

Cesarz bizantyjski Leontos VI (886-911) obok taktyki i strategii, jako trzecią z nauk o prowadzenia wojny wyróżnił logistykę.

### 2. Rozwój logistyki

Antoine-Henri de Jomini – praca: „Zarys sztuki wojennej” (1830)

Wybitną postacią współczesnej logistyki jest francuski inżynier Jules Dupuit. W 1844 roku wybudował magazyny, w których gromadzono i przygotowywano płody rolne do dalszego transportu barkami.

Prace Archa Shawa i Freda Clarka z zakresu dystrybucji i marketingu, które ukazywały się na początku XXw; nowoczesna szkoła logistyki – II Wojna światowa -> militarna jednostka badawcza logistyki

**RAND** Research and Development „Think tank”

Okres lata 50 – 70 –tych był czasem przebicia się logistyki do szeregu dyscyplin naukowych. Do rozwoju tej dziedziny w tym czasie przyczyniło się kilka ważnych czynników:

- Zmiany demograficzne i ekonomiczne

Te lata to również rozwój systemów logistycznych

Lata 70 te -> kryzys naftowy. Działania stymulujące popyt -> działania poszukujące możliwości redukcji kosztów

Publikacje: 1961r. w Stanach Zjednoczonych (CLM - Council of Logistics Management); 1992r. Europa (Europejskie stowarzyszenie Logistyków)

## 2) Rola logistyki w gospodarce żywnościowej

### 1. Gospodarka żywnościowa w aspekcie logistyki

#### Gospodarka narodowa:

Całokształt zasobów i działalności prowadzonej w sferze produkcji, podziału, obrotu i konsumpcji w danym kraju, a jej celem jest zaspokojenie potrzeb społeczeństwa.

#### Gospodarka żywnościowa

Całokształt zasobów i działalności prowadzonej w skwerze produkcji żywności, podziału, obrotu i jej konsumpcji w danym kraju, a jej celem jest zaspokojenie potrzeb społeczeństwa w zakresie żywienia.

#### Agrobiznes – dział gospodarki narodowej:

1. **Zaopatrzenie przedsiębiorstw rolnych i przetwórczych**
2. **Rolnictwo – produkcja rolnicza i usługowa**
3. **Przetwórstwo surowców rolniczych, magazynowanie i dystrybucja żywności.**

#### Uczestnicy systemu GŻ:

- Wytwórcy środków produkcji dla rolnictwa i działalności pozarolniczej.
- Producenci surowców rolniczych i pozarolniczych

- Podmioty hurtu pierwotnego (skup surowców pochodzenia rolniczego i pozarolniczego, produkty o niskim stopniu przetwórstwa; giełdy towarowe, rynku hurtowe, targowiska)
- Producenci- przetwórcy surowców żywności:
  - Przerobu wstępnego (mleko)
  - Przerobu pogłębionego (margaryna, konserwy, powidła)
  - Przerobu wtórnego (pieczywo, czekolady, dania obiadowe, używki, przetwórstwo odpadów generowanych w ramach przetwórstwa żywności)
- Podmioty hurtu wtórnego (sprzedaż produktów spożywczych innym podmiotom na zasadach komercyjnych; agenci, brokerzy, centra dystrybucyjne)
- Detaliści indywidualni i sieci sprzedaży oraz firmy gastronomiczne

#### **Wzajemne zależności pomiędzy uczestnikami systemu GŻ:**

- Komplementarne (wzajemne dostosowania się do siebie ogniw gospodarki żywnościowej, dodatkowa spójność, ale ponosi to z sobą konsekwencje, złe funkcjonowanie 1 ogniwa przenosi się na inne)
- Kompleksyjne -substytucyjne (polegają na możliwości częściowego zastąpienia 1 ogniwa przez inne bardziej efektywne ogniwa)

#### **Na uczestników systemu GŻ oddziałują:**

- Otoczenie celowe
- Otoczeni makroekonomiczne

#### **Uczestnicy Otoczenia celowego:**

- Konsumenci
- Konkurenci (producenci krajowi jak i zagraniczni)
- Instytucje administracji rządowej i samorządowej (zmieniają i tworzą prawo żywnościowe, interwencje na rynku rolnym)
- Instytucje wspomagające funkcje:
  - **Marketingowe** (agencje marketingowe, marketingowe),
  - **logistyczne** (oferowane przez operatorów logistycznych tzw. 3PL lub 4PL – 4 part logistic; centra logistyczne),
  - **finansowe** (banki, firmy leasingowe),
  - **konsultingowe** (w zakresie controllingu, sfery prawnej)

#### **Czynniki otoczenia makroekonomicznego:**

- demograficzne
- społeczno-kulturowe (trendy, poziom wykształcenia)
- ekonomiczne (wzrost dochodów ludności)
- polityczne (wspólna polityka państw UE)
- prawne (prawo unijne w zakresie gospodarki żywnościowej)
- ekologiczne (wynika ze wzrostu zanieczyszczenia środowiska)
- technologiczne

#### **Definicja GŻ – model produkcyjno- konsumpcyjny.**

##### Harmonijna synteza ogniw łańcucha żywnościowego:

- produkcja środków produkcji dla GŻ
- produkcja rolna
- skup
- transport

- Przemysł spożywczy
- Rybołówstwo i przemysł rybny
- Przechowalnictwo
- Obrót żywnością (z handlem zagranicznym)
- Konsumpcja (z żywieniem zbiorowym)

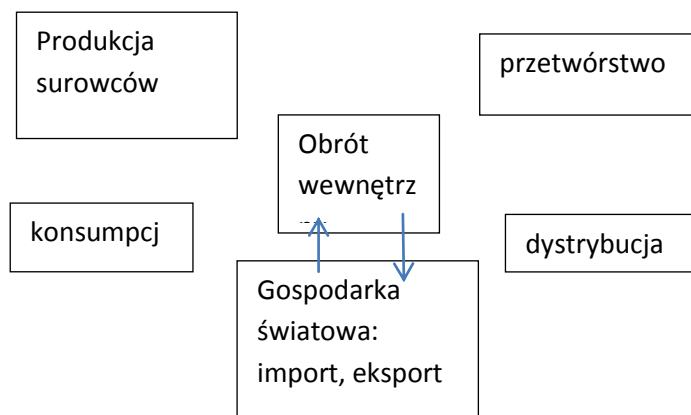
**Agrobiznes** – to wszystkie jednostki i działania służące przygotowaniu do wytwarzania, wytworzeniu, przetworzeniu, następnie dostarczeniu do konsumenta każdego rodzaju żywności.

Grupy produktów żywnościowych:

- Surowce nieprzetworzone (owoce, warzywa)
- Półprodukty
- Produkty

Grupy produktów nieżywnościowych (np. nawozy, środki ochrony roślin)

Model:



**Koncepcja łańcucha żywnościowego**- ogół działań towarzyszących transformacji przepływu produkcji i usług, włącznie z przepływem informacji ze źródeł powstawania surowców do ich końcowych użytkowników.

Z zasady **komplementarności** i **kompensacji** ogniw systemu GŻ pozwalają wyodrębnić 2 rodzaje łańcuchów żywnościowych

- łańcuch świeżych produktów
- łańcuchy żywności przetworzonej (przekąski, desery, mrożone produkty żywnościowe)

Grupy czynników wpływające na zarządzanie łańcuchami dostaw żywności:

- **Socjoekonomiczne**
  - Starzenie się społeczeństw Europy
  - Wzrost dochodów gospodarstw domowych
  - Zmniejszenie ich liczebności (skutek):
    - Wzrost popytu na żywność świeżą o wyższej wartości dodanej
    - Zjawisko **masowej personalizacji** polegającej na **fragmentaryzacji rynków żywnościowych** (mrożonki, żywność z innych regionów świata)
- **Struktury rynku**
  - Redukcja barier handlowych
  - Rozwój regionalny świata (skutek):
    - Wzrost zjawisk globalizacji
    - Wzrost konkurencji
    - Rozwój regulacji prawnych

- **Technologiczne**
  - Rozwój nowych technologii
    - W przetwórstwie
    - Kreowanie cech prod. Żywn.
  - Rozwój technik informacyjnych
    - Logistyka marketingowa
    - Sterowanie za pomocą informacji (technologia skanowania, kodów kreskowych)

### **3 Specyficzne cechy produkcji rolniczej:**

Pierwotne:

- Silne powiązanie produkcji rolniczej z ziemią
- Zależność produkcji rolniczej od czynników klimatycznych
- Zależność produkcji rolniczej od genetycznych cech roślin zwierząt

Wtórne

- Terminowość procesów gospodarczych
- Sezonowość procesów gospodarczych
- Duże zróżnicowanie produkcji w przedsiębiorstwach
- Wielokrotność użytkowania produktów rolniczych

### **4. Determinanty logistyki produkcji rolnej**

**Specyficzne cechy produkcji rolniczej determinujące logistykę przedsiębiorstw rolnych:**

- Przestrzenny charakter produkcji rolniczej
- Uzależnienie od warunków klimatycznych oraz pór roku
- Terminowość procesów gospodarczych
- Ciągłość prac produkcyjnych przy nieciągłych procesach pracy
- Różnorodność transportowanych ładunków
- Wyjątkowo duża całkowita masa przewozowa
- Jednokierunkowość transportu rolniczego
- Przewozy na niewielkich odległościach, po drogach o złej jakości
- Niska podatność transportowa i magazynowa wielu produktów
- **Wrażliwość ekonomiczna** wartość produktu do wrażliwości produktu na transport
- Występowanie licznych i nienależnych ogniw pośredniczących w całym łańcuchu dostaw „od pola rolnika do stołu konsumenta”

W roku 1913 Albrecht Thaer sformułował znane stwierdzenie, iż „gospodarstwo rolne jest mimo woli przedsiębiorstwem transportowym”

### **5. Agrologistyka – definicja celu**

**Agrologistyka** – to zintegrowany system obejmujący procesy planowania, realizacji i kontroli przepływów materiałów, surowców i produktów rolno-spożywczych oraz tworzącej tym przepływom informacji, od miejsc ich wytwarzania poprzez ogniwa magazynowani, przetwórstwa, handlu do końcowego odbiorcy, w celu zaoferowania klientowi niezakłóconych dostaw bezpiecznych produktów żywnościowych oraz przeznaczony do innych celów, przy minimalnych kosztach i warunkach przyjaznych dla środowiska

**Cel:**

- Zaspokojenie wymagań rynku spożywczego
- Zachowanie bezpieczeństwa żywnościowego

- Minimalizacja kosztów przepływu
- Minimalizacja zaangażowanego kapitału
- Realizacja procesu z godnie z warunkami zrównoważonego rozwoju

#### **6. Rola logistyki w realizacji strategicznych celów przedsiębiorstwa rolnego**

##### **Kluczowe problemy logistyczne w przedsiębiorstwie:**

- Wybór strategicznych dostaw materiałów oraz usług
- Decyzja o własnej lub zewnętrznej obsłudze transportowej procesów logistycznych
- Rozwój własnej sieci dystrybucji lub skorzystanie z sieci innych przedsiębiorstw
- Kształtowanie struktury podmiotowej sprzedaży dóbr i usług

„Make or buy” problem czy coś kupić czy wyprodukować we własnym zakresie

##### **Strategiczne cele przedsiębiorstwa rolnego:**

- Zmniejszenie poziomu kosztów logistyki
- Poprawa jakości produktów rolnych
- Optymalizacja przepływu materiałów produktów gotowych i informacji
- Optymalizacja rozłogu
- Zróżnicowany rozwój przedsiębiorstw rolnych

**Zmniejszanie poziomu kosztów logistyki** -> strategie przywództwa kosztowego

##### **Poprawa jakości produktów rolnych:**

Elementy logistyki megaprocesu wpływające na jakość surowców i produktów rolnych:

- Procesy załadunkowo – rozładunkowe
- Proces magazynowania
- Proces przewozu

**Optymalizacja przepływu materiałów produktów gotowych i informacji** -> czas

**Optymalizacja rozłogu** – J.H. von Thunen 1826r. – model produkcji rolniczej – „pierścienie Thunena”

Autor opracował kręgi wokół miast i poszczególnych przedsiębiorstw i wyznaczał najbardziej optymalne warunki produkcji pod względem transportu. Produkcje pracochłonną należy lokalizować

...

##### **Zróżnicowany rozwój przedsiębiorstw rolnych**

- Zrównoważenie agroekologiczne – optymalizacja rozłogu, uproszczenia technologiczne, wzrost szerokości roboczej maszyn, mechanizacja prac, systemy informatyczne
- Poprawa jakości pracy – zmniejszenie nakładów pracy ludzkiej wraz ze zmniejszeniem prac uciążliwych
- Wzrost dochodu – zmniejszenie kosztów logistyki lub zastosowanie zależności typu trade-offs

### **Wykład 3**

#### **Logistyka systemów zaopatrzenia i dystrybucji**

##### **Znaczenie i definicja:**

- Przyczynia się do uzyskania przewagi konkurencji
- Proces ten łączy uczestników łańcucha dostaw i zapewnienia pożądaną jakość tworzoną przez dostawców
- Jakość materiałów i usług „wchodzących” do systemu wpływa na jakość „wychodzących” z niego wyrobów
- Koszty na wejściu do systemu stanowią dużą część kosztów całkowitych

Definicja

Węższe znaczenie: **Akt zakupu towarów i usług dla firm**

Szersze znaczenie: **Proces pozyskania dóbr i usług dla firm**

**Zaopatrzenie składa się ze wszystkich działań które są ...**

Strategiczne znaczenie zaopatrzenia wg. Portera

- Kwalifikowanie nowych dostaw
- Zakup różnych rodzajów materiałów
- Monitorowanie wykorzystania

Zaopatrzenie ma podst. znaczenie w kształtowaniu powiązań między uczestnikami łańcucha dostaw

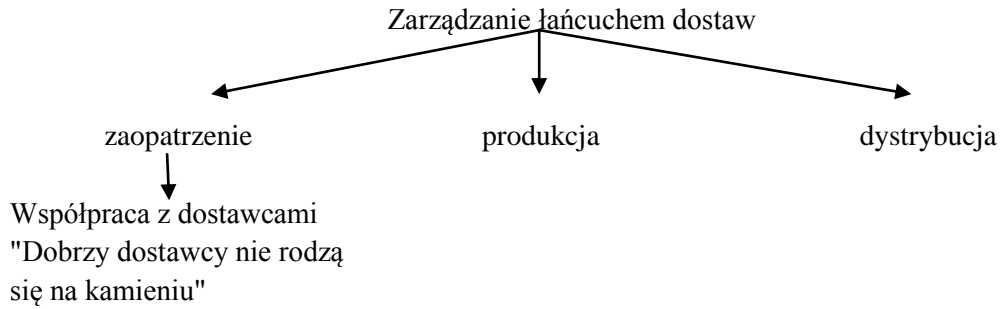
**Działania składające się na proces zaopatrzenia:**

- Określenie lub powtórna ocena potrzeb
- Zdefiniować i ocenić wymagania użytkownika
- podjęcie decyzji czy produkować we własnym zakresie czy dokonać zakupu
- określenie typu zakupów
- przeprowadzenie analizy rynku
  - rynek czysto konkurencyjnego
  - rynek oligopolistyczny
  - rynek monopolistyczny
- określenie wszystkich możliwych dostawców
- wstępna selekcja źródeł zaopatrzenia
  - Wymagania – cechy produktów czy usług, które dla użytkownika mają decydujące znaczenie
  - Życzenia - odnoszą się do tych cech, które takiego znaczenia nie mają (podlegają negocjacji)
- Ocena wyselekcjonowanych dostawców
- Wybór konkretnego dostawcy
- Przyjęcie dostaw produktu lub usług
- Ocena wykonania dostawy

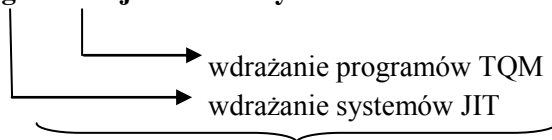
**Zarządzanie procesem**

- Określenie typu zakupu
  - Proste ponowienie zakupu lub zakup rutynowy
  - Zmodyfikowany zakup powtórny
  - Całkowicie nowy zakup
- Określenie niezbędnego poziomu nakładów
  - Czas
  - Pozyskania informacji
- Realizacja procesu zakupu
- Ocena efektywności procesu
  - Czy potrzeby użytkownika zostały zaspokojone
  - Czy poniesione nakłady były niezbędne
  - Przyczyny nieefektywności
    - Niewystarczające nakłady bądź ich nadmiar
    - Niewykonanie właściwych czynności
    - Popętnienie błędów w trakcie ich wykonywania

## Ocena oraz kryteria wyboru dostawców:



## Strategia zmniejszania liczby dostawców:



Zawarcie sojuszu lub nawiązanie partnerstwa z wybranymi dostawcami

## Kryteria wyboru dostawcy:

1. jakość
2. niezawodność
3. potencjał
4. kondycja finansowa dostawcy
5. pożądane cechy
6. lokalizacja dostawcy
7. cena (podstawowe kryterium)

### ad. 1 Jakość

- odniesienie do:
  - \* parametrów technologicznych
  - \* właściwości fizycznych lub chemicznych
  - \* projektu
- dodatkowe czynniki:
  - \* okres użytkowania produktu
  - \* łatwość jego naprawy
  - \* wymagania związane z konserwacją
  - \* łatwość w użyciu
  - \* niezawodność

### ad. 2 Niezawodność

- \* realizacja dostawy
- \* regularne, terminowe dostawy
- \* okres przydatności do użycia zakupionego produktu
- \* gwarancja oraz procedura reklamacyjna

Niezawodność jest często uznawana za element programu TQM

### ad. 3 Potencjał uwzględnia:

- \* obiekty produkcyjne dostawcy
- \* zdolności / umiejętności techniczne, zarządcze i organizacyjne
- \* sterowanie produkcją

Ocena dostawcy - obejmuje nie tylko fizyczną zdolność do dostarczenia materiałów, ale również zdolność do systematycznej obsługi nabywcy w dłuższym okresie.

#### ad. 4 Kondycja finansowa

Niestabilna sytuacja finansowa



Niebezpieczeństwo zakłóceń w regularnej długoterminowej obsłudze

Ogłoszenie upadłości  $\iff$  Wstrzymanie produkcji

#### ad. 5 Pożądane cechy (lecz nie zawsze niezbędne):

- \* postawa dostawcy
- \* wywarte wrażenie
- \* wizerunek wykreowany na rynku
- \* znaczenie materiałów instruktażowych
- \* znaczenie opakowania
- \* możliwość świadczenia usług naprawczych

#### ad. 6 Lokalizacja geograficzna

Dostawca odległy }  
Dostawca miejscowy }      Koszt transportu

Dostawca odległy:

- oferta niższej ceny
- większe umiejętności techniczne
- większa niezawodność dostaw
- wyższa jakość

Dostawca miejscowy:

- możliwość realizacji pilnych zamówień interwencyjnych
- dotrzymywanie ustalonych terminów dostaw
- zapewnienie krótszych terminów tych dostaw
- możliwość ściślejszej współpracy między dostawcą a nabywcą

#### ad. 7 Cena

##### Źródła ceny zakupu

Podstawowe metody określenia ceny:

1. analiza rynków towarowych
2. katalogi z cenami
3. oferty cenowe
4. negocjacje

##### Źródła ceny zakupu:

1) rynków towarowe (np. zboże, cukier, ropa naftowa, węgiel, miedź, złoto, srebro, drewno)

Cena określana jest przez siły popytu i podaży

popyt  $\uparrow$  lub podaż  $\downarrow$  = cena  $\uparrow$   
popyt  $\downarrow$  lub podaż  $\uparrow$  = cena  $\downarrow$

2) katalog z cenami (np. standardowe produkty jak np. materiały biurowe, chemia gospodarcza itp.)

- katalog zawiera opis dostępnych produktów oraz ich ceny
- rabat od ceny katalogowej a status nabywcy



3) oferta cenowa - metoda analizy oferty cenowej zarówno dla produktów standardowych, jak i specjalistycznych

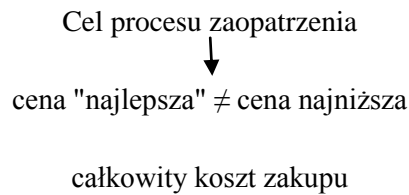
Etapy procesu:

- nabywca wysyła zapytania o cenę (zawiera: wymagania odbiorcy, sposób prezentacji ofert)
- potencjalny dostawca określa koszt produkcji materiałów uwzględniając: zamawianą ilość, czas trwania współpracy i inne czynniki mogące mieć wpływ na potencjalny zysk
- nabywca porównuje oferty cenowe i specyfikacje złożone przez dostawców

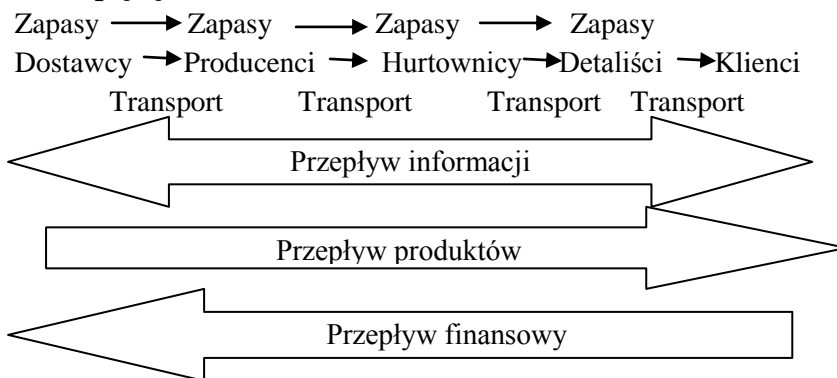
4) negocjacje

- kiedy nabywca jest zainteresowany aliansem strategicznym lub długookresową współpracą
- proces czasochłonny

**Reasumpcja:**



**Koncepcja just-in-time (JIT):**



Just-in-time -> "dokładnie na czas"

Celem systemów opartych na tej koncepcji jest zarządzanie cyklami realizacji zamówień i eliminacja marnotrawstwa

Just-in-time -> nacisk na krótkie, regularne cykle realizacji zamówień

↓  
Popularność systemów: "szybkiej reakcji"

**Główne założenia koncepcji JIT:**

- \* zero zapasów
- \* krótkie cykle realizacji zamówienia
- \* małe, często uzupełniane ilości poszczególnych dóbr
- \* wysoka jakość albo zero defektów

**JIT** - koncepcja operacyjna, polegająca na dostarczaniu materiałów w ściśle określonych ilościach i w dokładnie takim czasie, w którym firmy ich potrzebują

**Systemy JIT umożliwiają:**

- \* poprawę jakości
  - \* minimalizację marnotrawstwa
- } minimalizacja kosztów zapasów

\* zmianę sposobu wykonywania czynności logistycznych

### **Koncepcja JIT - a tradycyjne zarządzanie zapasami:**

1. zmniejszanie zapasów
2. krótsze serie produkcji (częste przedstawianie linii produkcyjnych)
3. minimalizacja kolejek
4. krótsze, stabilne cykle realizacji zamówień
5. wysokie wymagania jakościowe
6. współpraca obustronnie korzystna

### **Planowanie potrzeb materiałowych - Materials Requirements Planning (MRP)**

**MRP** - dotyczy zwłaszcza zaopatrzenia w materiały i części do produkcji, na które popyt zależy od popytu na określony produkt końcowy

**System MRP** - składa się z ciągu logicznie ze sobą powiązanych procedur, reguł decyzyjnych i rejestrów, których celem jest przełożenie głównego harmonogramu produkcji na rozłożone w czasie zapotrzebowanie netto na zapasy i planowane pokrycie tych potrzeb

### **System MRP uwzględnia potrzeby netto i zapewnia ich pokrycie w sytuacji zmian:**

- głównego harmonogramu produkcji
- popytu
- stanu zapasów
- struktury produkcji

### **Ponadto umożliwia obliczenie zapotrzebowania netto na:**

- poszczególne pozycje zapasów
- ustalenie ich rozkładu w czasie
- określanie właściwych ilości pozwalających je pokryć

### **Cele systemu MRP:**

1. zapewnienie wystarczającej ilości materiałów, części i produktów na potrzeby zaplanowanej produkcji i dostaw do klienta
2. utrzymanie możliwie najniższego poziomu zapasów
3. lepsze wykorzystanie posiadanej infrastruktury
4. planowanie działań produkcyjnych, harmonogramów dostaw i zakupów
5. szybsze reagowanie na zmiany zachodzące w otoczeniu
6. kontrola poszczególnych etapów produkcji

Wykład 4

### **Planowanie potrzeb materiałowych**

Zalety zastosowania systemów MRP

- Optymalne wyznaczenie zapasu bezpieczeństwa
- Określenie problemów i potencjalnych zakłóceń w łańcuchu dostaw
- Opracowanie harmonogramów produkcji na podstawie faktycznego oraz prognozowanego popytu na produkty końcowe

- Koordynowanie czynności związanych z zamawianiem materiałów we wszystkich miejscach systemu logistycznego firmy
- Przydatność przy produkcji w partiach lub przerwanej albo przy procesach montażu

Wady rozwiązań opartych na koncepcji MRP:

- Wdrożenie tych rozwiązań wymaga zastosowania szybkich komputerów
- Koszty zamówień, jak i koszty transportu mogą rosnąć w miarę jak firma obniża poziom
- Systemy te słabo reagują na krótkookresowe wahania popytu
- Często stają się one zbyt złożone i czasami nie funkcjonują zgodnie z oczekiwaniami (brak odpowiedniego przeszkolenia załogi)

### **Planowanie zasobów produkcyjnych – Manufacturing Resource Planning MRP II**

MRP II – obejmuje sterowanie zasobami i produktami oraz planowanie finansowe

**Moduły MRP II uwzględnia:**

- Zdolności produkcyjne
- Poziom zatrudnienia
- Posiadane wyposażenie techniczne
- Integrację planowania operacyjnego z planowaniem finansowym

Kompleksowa metoda planistyczna umożliwiająca połączenie wszystkich obszarów funkcjonalnych firmy w zintegrowaną całość.

**Możliwości MRP II:**

- Permanentna kontrola przebiegu procesu produkcyjnego i związana z tym prezentacja na bieżąco, stanu jego zaawansowania
- *Natychmiastowa reakcja na zmiany charakterystyki i ilości produkowanych dóbr (duża elastyczność systemu)*
- Wyznaczanie pożądanej wielkości zapasów
- *Określanie stopnia obciążania wykorzystywanych urządzeń produkcyjnych*
- *Kształtowanie kosztów wytwarzania*

### **Planowanie zasobów finansowych MRP III – najnowsza koncepcja**

JIT -> MRP III <- MRP II

### **Planowanie zasobów przedsiębiorstwa Enterprise Resource Planning – ERP**

Zintegrowany system informatyczny (ZIS) optymalizujący procesy biznesowe zachodzące we wnętrzu jak i w najbliższym otoczeniu przedsiębiorstwa (kooperacja w całym łańcuchu logistycznym)

**Zalety systemu ERP:**

- Błyskawiczna reakcja na zmiany popytu
- Umożliwia symulowanie różnych posunięć i analizę ich skutków, włącznie z finansowymi

Obejmuje następujące obszary:

- Obsługę klientów
- Produkcję (obsługa magazynów, koszty produkcji, zakupy materiałów, prognozowanie zdolności produkcyjnych)
- Finanse (prowadzenie księgowości, kontrola przepływu dokumentów, przygotowanie raportów)

Integracja w ramach łańcucha logistycznego

### **Logistyka systemów zaopatrzenia i systemów dystrybucji żywności**

**Dystrybucja** (łac. Distributio – rozdział, podział)

W ekonomii – przez dystrybucje rozumie się podział dóbr między członków społeczeństwa

**W ujęciu makroekonomicznym** – dystrybucja oznacza proces i strukturę przemieszczania towarów od wytwórców do finalnych odbiorców

Stanowi wyodrębniony zbiór kanałów rynku i sprzężeń między nimi

**W mikroekonomicznym** – dystrybucja jest utożsamiana z procesem sprzedaży i dostarczeniem produktów określonego przedsiębiorstwa do ostatecznych nabywców

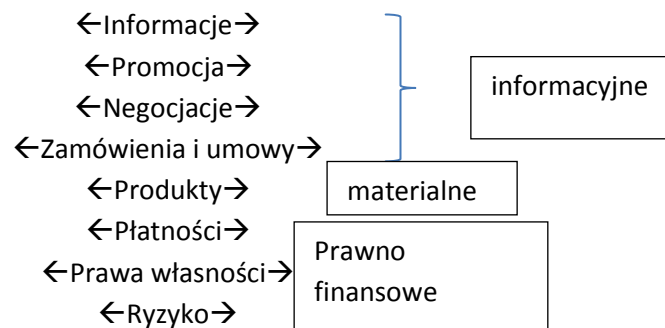
**Z punktu widzenia przedsiębiorstwa** – dystrybucja oznacza zbiór działań i decyzji związanych z zaoferowaniem danego produktu w miejscu i w czasie odpowiadającym potrzebom klienta

**W wąskim znaczeniu** - dystrybucja bywa ograniczona do zadań związanych z fizycznym ruchem towarów, czy też logistycznych aspektów sprzedaży

**Istota dystrybucji** – sprowadza się do dostosowania podaży do popytu przez gromadzenie i dostarczanie towarów o strukturze i cechach użytkowych, które odpowiadają potrzebom nabywców.

### Funkcje dystrybucji

Producenci towarów i usług <-> Pośrednicy (hut, detal) <-> konsumenci i ostateczni użytkownicy



Funkcje:

Koordynacyjne (powiązane głównie z przepływem informacji)

- Pozyskiwanie i przekazywanie informacji rynkowych
- Promocja produktów
- Poszukiwanie i zgłaszanie ofert kupna i sprzedaży
- Nawiązywanie kontaktów handlowych
- Negocjowanie warunków umów

Organizacyjne

- Obsługa zamówień
- Transport
- Utrzymanie magazynów
- Utrzymanie zapasów
- Kompletowanie dostaw, znakowanie i pakowani

### Wyznaczanie strategii w dystrybucji

uwarunkowania zewnętrzne	uwarunkowania wewnętrzne
<p>W analizie uwarunkowań zewnętrznych uwzględnia się:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rynek docelowy</li> <li>• Konkurencję</li> <li>• Czynniki ekonomiczne</li> <li>• Czynniki prawne</li> </ul>	<p>W analizie uwarunkowań wewnętrznych uwzględnia się:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Czynniki związane ze stosowaną koncepcją marketingu (cele marketingowe, produkty, politykę cen, strategię promocji)</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Czynniki technologiczne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zasoby przedsiębiorstwa</li> <li>• Dotychczasowe doświadczenia w zakresie dystrybucji</li> </ul>
---	---

### Kanały dystrybucji

- Aspekt podmiotowy
- Aspekt funkcjonalny

W ujęciu podmiotowym **kanal dystrybucji** oznacza zbiór wzajemnie zależnych organizacji które współuczestniczą w procesie dostarczania produktów i usług do nabywcy

### Uczestnicy kanałów

- **Przekazujący i przejmujący prawo do własności do przemieszczanych produktów**
  - Producenci
  - Kupcy hurtowi
  - Kupcy detaliczni
  - Nabywcy instytucjonalni
  - Nabywcy indywidualni
- **Nieprzejmujący prawa własności do przemieszczanych produktów**
  - Agenci, brokerzy
  - Przedstawiciele handlowi
- **Instytucje świadczące usługi wspomagające działania producentów i pośredników**
  - Banki, firmy ubezpieczeniowe
  - Firmy transportowe, spedycyjne, logistyczne
  - Agencji reklamowe

W ujęciu funkcjonalnym kanał dystrybucji to łańcuch kolejnych ogniw (instytucji i osób), za których pośrednictwem następuje przemieszczanie towarów i strumieni towarzyszących

Kanały dystrybucji na rynku dóbr konsumpcyjnych

Producenci

Konsumenci

- ➔ Regionalne centra dystrybucji -> hurtownie -> detal ->
- ➔ Przedstawiciele handlowi -> hurtownie -> detal ->
- ➔ Hurtownie -> detal ->
- ➔ Detal ->
- ➔ Dystrybutorzy sieciowi ->

Producenci

Nabywcy instytucjonalni

- ➔ Dystrybutorzy ->
- ➔ Agenci ->
- ➔ Agenci ➔ dystrybutorzy->

### Kanał jako system – kryteria

- Musi istnieć zespół współpracujących ze sobą instytucji
- Musi istnieć cel, który wykracza poza cele indywidualne poszczególnych członków organizacji
- Kanał musi obejmować sekwencje czynności
  - Zamówienia płynące do dostawcy
  - Zamówienia płynące w kierunku rynku
- Musi wystąpić efekt synergii

- W kanale musi zachodzić kilka różnych typów przepływów równocześnie

Podział kanałów wg rodzajów strumieni:

- **Transakcyjne** – przepływ informacji, negocjacji, zamówień, prawa własności
- **Rzeczowe** – fizyczne przepływy produktów oraz płatności

Podział kanałów wg stopnia sprawowanej kontroli:

- Kontrolowane przez **producent**
- Kontrolowane przez **hurtownika**
- Kontrolowane przez **dostawcę**

Podział kanałów wg szczebli pośrednich

- Krótkie
- Długie

wg pośredników na tym samym szczebli:

- Wąskie (jeden pośrednik)
- Szerokie ( na poziomie hurtowni występuje kilka hurtowni)

Podział kanałów dystrybucji wg charakteru powiązań między uczestnikami

- Kanały konwencjonalne
- Kanały zintegrowane pionowo
  - Własne (korporacyjne)
  - Kontraktowe
    - Dobrowolne organizacje tańcuchowe detalistów inicjowane przez hurtowników
    - Hurtownie patronackie organizowane przez producentów
    - Systemy franchisingowe
  - Administrowane

System dystrybucji żywności w Polsce

Ogniowa skupu artykułów rolnych -przetwórstwo żywnościowe –ogniwo hurtu wtórnego – ogniwa detalu

Dystrybucja fizyczna – na test

**Celem logistyki w sferze dystrybucji** jest zapewnienie dostępności produktu dla klienta zgodnie z jego oczekiwaniami przy uwzględnieniu jak najniższych kosztów

**Decyzje logistyczne w sferze dystrybucji**

- Wybór sposobu sprzedaży, kanał dystrybucji:
  - Rodzaj
  - Długość i szerokość
  - Liczba i zróżnicowanie
  - Uczestnicy i wzajemne powiązania
- Wybór sposobu przemieszczania ładunków, dystrybucja fizyczna:
  - Obsługa zamówień
  - Transport
  - Utrzymywanie magazynów
  - Utrzymywanie zapasów
  - Kompletowanie dostaw
  -

### **Czynniki wyboru kanałów dystrybucji:**

- Cechy rynku docelowego – określenie wielkość i chłonność rynku, decyzja sprzedaż pośrednia lub bezpośrednia, analiza dochodów ze sprzedaży
- Cechy produktu oraz częstotliwość zakupu – uwzględnić specyficzne cechy produktu przy wybieraniu kanału dystrybucji
- Cechy przedsiębiorstwa:
  - Zasoby finansowe przedsiębiorstwa
  - Baza techniczna
  - Wielkość produkcji
  - Rodzaj produkowanych wyrobów
  - Reputacja firmy na rynku
  - Lokalizacja firmy w stosunku do obsługiwanego rynku
- Czynniki odnoszące się do konkurencji

### Istotny problem decyzyjny:

**Czy zadania w zakresie dystrybucji fizycznej wykonana przez przedsiębiorstwo własnymi zasobami, czy też skorzystania z usług firm zewnętrznych?**

- ✓ Własne środki transportu, magazyny
- ✓ Kompleksowa obsługa zewnętrznej firmy logistycznej
- ✓ Wykorzystanie kanałów użytkowych przez konkurencję
- ✓ Zmodyfikowanie kanału
- ✓ Zbudowanie od podstaw nowego kanału

Decyzje dotyczące wyboru **struktury dystrybucji, lokalizacji magazynów, podziału zadań** pomiędzy magazynami na różnych szczeblach dystrybucji i **wzajemnych relacji** między nimi zależą od **strategii sprzedaży**, przy uwzględnieniu:

- Liczby i wielkości magazynów

### **Struktura pionowa magazynów:**

- System zcentralizowany – 1 magazyn centralny efekt dygresji kosztów
- System zdecentralizowany

**Struktura pozioma magazynów** – liczba magazynów na każdym ze szczebli systemu dystrybucji, ich lokalizacja oraz przyporządkowanie magazynów określonym rynkom

### **Zarządzanie dystrybucją**

Elementy zarządzania dystrybucją:

1. Diagnoza stanu wyjściowego
2. Planowanie dystrybucji
3. Organizacja dystrybucji
4. Kontrola procesów i operacji w dystrybucji

### **Diagnoza stanu wyjściowego:**

- Cele przedsiębiorstwa
- Potencjał przedsiębiorstwa
- Rynek docelowy
- Zachowania konsumentów rodzaje i struktura pośredników handlowych
- Pozostałe jednostki otoczenia

### **Planowanie dystrybucji:**

1. **Planowanie struktury dystrybucji**
  - a. Wybór kanału dystrybucji

- b. Określenie liczby i rodzajów jednostek pośredniczących w sprzedaży
  - c. Ustalenie zadań dla poszczególnych uczestników kanału dystrybucji
2. **Planowanie dystrybucji fizycznej:** obejmuje określenie zadań i środków związanych z przemieszczaniem towarów w czasie i przestrzeni – ustalenie kształtu sieci logistycznej
- a. Określenie lokalizacji magazynów ich liczby i pojemności
  - b. Ustalenie grup produktów składowanych w magazynach
  - c. Określenie grup produktów składowych w magazynach
  - d. Określenie środków transportu i tras przewozowych
  - e. Ustalenie przeciętnej częstotliwościach dostaw i stanu zapasów

**Organizacja dystrybucji:**

Należy określić **miejsce dystrybucji w strukturze organizacyjnej** oraz **zadania i sposoby ich realizacji**

**Warianty:**

- Wytwórca sam zajmuje się dystrybucją, organizuje własną sieć dystrybucji
- Wytwórca przekazuje zadania określonym jednostkom wyspecjalizowanym w organizowaniu procesów logistycznych
- Jednostki handlowe włączone do systemu dystrybucji

**Funkcja kontroli dystrybucji** obejmuje:

- Systematyczne badanie osiągniętych rezultatów
- Analizowanie stosowanych strategii
- Analizowanie otoczenia

**Kontrola dystrybucji** – analiza wybranych informacji i mierników obrazujących stopień realizacji planów zadań oraz dynamikę zmian badanych wielkości w porównaniu z okresem minionym

**Przedmiotem kontroli dystrybucji** może być:

- Cały system dystrybucji
- Poszczególne kanały dystrybucji
- Uczestnicy (ogniwa) kanału dystrybucji

**W4. Ewolucja form handlu i ich wpływ na infrastrukturę logistycznych łańcucha dostaw**

**Ewolucja form dystrybucji w Europie w II połowie XXw.**

Rola handlu w tworzeniu wartości dla klienta

produkcja, jakość, poziom obsługi dostaw	handel, poziom obsługi klienta	sprawność i efektywność łańcuchowa	wartość dla finalnego klienta
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Wizerunek, marka</li> <li>➤ Jakość produktów</li> <li>➤ Dostępność zapasów</li> <li>➤ elastyczność</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Wizerunek, marka</li> <li>➤ Dostępność asortymentu</li> <li>➤ Lokalizacja i organizacja pracy</li> <li>➤ Merchandising</li> <li>➤ Usługi dodatkowe</li> <li>➤ partnerstwo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zdolność do redukcji kosztów</li> <li>➤ produktywność</li> <li>➤ skuteczność</li> <li>➤ obieg informacji</li> <li>➤ zdolność do integracji działalności</li> </ul>	całkowita wartość

Etapy procesu przemian w relacjach producent – detalista



## Ewolucja form handlu w Polsce na przełomie XX i XXI w.

- Ograniczanie liczby bezpośrednich klientów hurtowych przez producentów
- Bezpośrednie zakupy sieci detalicznych od producentów
- Silna konkurencja cenowa ze strony hipermarketów
- Przejmowanie przez operatorów logistycznych wielu funkcji dystrybucyjnych
- Dynamiczny rozwój największych hurtowni'
- Spadek liczby tradycyjnych sklepów spożywczych

Charakterystyka	lata 1990-1995	lat 1995-2000	lata 2000-2005
konkurencja sektora	niska	średnia	wysoka
domin źródło kapitału	krajowe	krajowe/zagraniczne	krajowe/zagraniczne
udział nowoczesnego handlu	niski	średni	średni
udział kapitału międzynarodowego	niski	średni	wysoki

### Lata 1990 – 1995

- Dominująca pozycja produktów masowego użytku w dystrybucji hurtowej
- Szybki rozwój wszystkich rodzajów hurtowni
- Dominacja „firm rodzinnych”
- Duże rozdrobnienie rynku detalicznego
- Duże znaczenie małych hurtowni
- Wysokie marże
- Niski poziom obsługi klienta

### Lata 1996-2000

- Nasila się konkurencja sieci detalicznych
- Rośnie udział hiper-supermarketów i sklepów dyskontowych w obrotach
- Rozwój i konsolidacja najsilniejszych hurtowni
- Intensyfikacja procesów integracji poziomej
- Pojawia się integracja pionowa
- Strategie sprzedaży i dystrybucji opiera się na systemie hybrydowym

### Lata 2001-2005

- Sieci detaliczne oferują własny serwis logistyczny
- Hipermarkety uzyskują dominującą rolę w dystrybucji
- Zahamowanie rozwoju w sieci CASH & CARRY
- Integracja pionowa hurtowni aktywnych z niezależnymi detalistami i lokalnymi sieciami detalicznymi
- Hurtownie pozostają ważnym dostawcą dla sklepów specjalistycznych (AGD)
- Strategie sprzedaży i dystrybucji – sprzedaż bezpośrednia do dużych detalistów i sieci hurtowych

### Po 2005

- Przedsiębiorstwa handlu hurtowego podlegają intensywnym procesom integracji (zwłaszcza kapitałowej)
- Wiele fuzji i przejęć w handlu hurtowym
- Tworzenie się zintegrowanych sieci hurtowych
- Poprawa jakości i zwiększania zakresu świadczonych usług

- Hurtownie inwestują w systemy informatyczne

Strategie w rozwoju sieci handlowej

- Niskie ceny i odpowiednia jakość
- Własne marki

### **Tendencje w rozwoju sieci handlowej**

Czynniki kształtujące tendencje w rozwoju światowego handlu detalicznego

- Ekonomiczne
- Technologiczne
- Społeczne

### **Zmiany zachowań konsumenckich i rosnąca siła nabywca**

Zmiany demograficzne:

- Spadek wskaźnika przyrostu naturalnego
- Stabilizacja liczby konsumentów
- Wzrost liczby konsumentów lepiej wykształconych

### **Internacjonalizacja i globalizacja sieci handlowych**

- Podobne ceny nabywców we wszystkich krajach
- Otwarcie granic
- Dążenie do zwiększenia rynków zbytu
- Osiągnięcie ponadprzeciętnej rentowności
- Zmniejszenie ryzyka

Czynniki „Push”

- Nasylenie rynków krajowych
- Recesja gospodarcza lub ograniczony wzrost wydatków
- Zmniejszanie się lub starzejąca się ludność
- Restrykcyjna polityka dotycząca otwierania nowych sklepów
- Wysokie koszty operacyjne
- Nacisk akcjonariuszy na utrzymanie wysokiego zysku

Czynniki „pull”

- Niski rozwój niektórych rynków lub słaba konkurencja
- Szybki rozwój gospodarczy lub podnoszący się poziom życia
- Szybki przyrost liczby mieszkańców lub wysoka koncentracja ludzi młodych
- Liberalne przepisy
- Niższe koszty operacyjne
- Geograficzne rozłożenie ryzyka handlowego
- Możliwość wprowadzenia innowacji

### **Procesy konsolidacyjne**

- Zwiększa się znaczenie dużych sieci handlowych
- Rozwój wielkopowierzchniowych punktów sprzedaży

Przyczyny:

- 40% społeczeństwa zamieszkuje tereny wiejskie
- Ludność miast pow. 200 tys mieszkańców stanowi 22% ludności kraju
- Duża liczba mikro i małych firm
- przepisy prawne
- Niskie dochody konsumentów

- Preferowanie zakupów w małych punktach handlowych

### **Rozwój technologiczny**

- Internet
  - zindywidualizowany kontakt z klientem
  - zmiany organizacji i integracji procesów
  - obniżka barier wejścia
- RFID
  - Odejście od kodów czytanych optycznych – metki elektroniczne
  - Odejście od kodów produktowych – numer seryjny
  - **Możliwości RFID**
    - Śledzenie materiałów i artykułów w łańcuchu dostaw
    - Ustalenie miejsca kradzieży

### **Formy handlu na rynkach rzeczywistych**

Formy handlu na rynkach rzeczywistych można podzielić na

- Działalność na rynkach tradycyjnych
- Działalność na rynkach hurtowych

### **Funkcje handlu hurtowego**

- Gromadzenie i przechowywanie zapasów
- Organizowanie przebiegów towarowych
- Tworzenie asortymentu towaru zorientowanego na ostatecznego nabywcę
- Dzieleni i koncentrowanie partii towarów

### **Tradycyjne formy pośrednictwa w handlu hurtowym**

- Agenci i brokerzy
- Oddziały i biura sprzedaży
- Samodzielni pośrednicy
- Niezależni kupcy
- Pośrednicy działający na zlecenie przedsiębiorstw przetwórstwa eksporterów
- Spółdzielnie producentów bądź stowarzyszenia
- Producenci
- Agendy rządowe

### **Podstawowe formy rynków zorganizowanych w hurcie:**

- Rynki hurtowe
- Giełdy towarów
- Aukcje
- Przetargi
- Centra handlu hurtowego

### **Giełdy towarowe**

- Rynki formalne
- Popyt przeciwstawny jest podaży
- Transakcja kupna i sprzedaży towarów masowych wysoko ujednoliconych

### **Zadania**

- Organizowanie działań rynku
- Standaryzacja transakcji
- Ustalenie zasad etyki kupieckiej

Rodzaje transakcji:

- Rzeczywiste – następuje faktyczne wydanie towaru
- Terminowe - towar dostarczony jest z opóźnieniem
  - Na przybycie – przybywa do sprzedającego
  - Na załadowanie – zostaje określone miejsce dostarczenia produktu np. portu
  - Na dostarczenie – będzie dostarczony do klienta końcowego

Aukcja – publiczna sprzedaż w drodze licytacji

Wg form licytacji

- Ustna
- pisemna
- mechaniczna

Podział aukcji

- anglosaski
- holenderski
- japoński – nie wiemy jaka jest cena
- francuski – za pomocą klikania myszką

**Centra handlu hurtowego, centra dystrybucyjne i logistyczne**

Tworzone w celu obsługi własnej sieci handlowej i sprzedaży

Centra dystrybucyjne – oferta standardowych usług logistycznych

**Centra usług logistycznych** – dodatkowo oferują kompleksowe zarządzanie dystrybucją

- procedury zakupu i sprzedaży
- transport i operacji ładunkowych
- składowania zapasów
- przepływ informacji
- rejestracja potrzeb klienta

#### Zestaw A:

1. Zarys sztuki wojennej napisał: Antoine-Henri de Jomini
2. Elastyczność i kompresja czasu są charakterystyczne dla koncepcji zarządzania: Agile Manufacturing
3. Brakującymi pojęciami w sekwencji: definiuj...analizuj...sprawdzaj należącej do: planu poprawy six sigma są: mierz i poprawiaj
4. Do narzędzi pomocniczych przy uzyskiwaniu przewagi wartości należy zaliczyć: Strategia różnicowana i strategia obsługi klienta(?)
5. Istotą outsourcingu jest: koncentracja na kluczowych umiejętnościach, zlecenie części działań na zewnątrz organizacji.
6. W nowej formule zarządzania procesem wprowadzania na rynek nowego produktu,kluczowym elementem jest: zespoły przedsiębiorcze(venture teams),poprawa jakości informacji zwrotnej z rynku, praca działu bawaczo-rozwojowego
7. Menadzerowie ds.zakupow korzystają z kilku podst.metod przy określaniu cen oferowanych przez potencjalnych dostawców,takich jak: metoda negocjacji,metoda oparta na katalogach z cenami produktów
8. Cele związane z zarządzaniem logistyka produkcji: Zagwarantowanie ciągłości i rytmiczności procesów produkcji,Utrzymanie wysokiej jakości produkowanych wyrobów, Minimalizowanie zapasów produkcji w toku, Zwiększenie terminowości i skracanie cykli produkcyjnych
9. Co to jest banchmarking?: ciągła ocena produktów, usług, procesów i zasad postępowania firmy w porównaniu do norm charakteryzujących liderów branży i najlepszych konkurentów.
10. Definicja dystrybucji z pkt widzenia przedsiębiorstwa: zbiór działań i decyzji związanych z zaoferowaniem danego produktu(ów) w miejscu i czasie odpowiadającym potrzebom klientów

#### Zestaw C:

1. Koncepcje komplementarne wzgl logistyki: Time Based Management ,Computer Integrated Manufacturing , Efficient Consumer Response , Value Analysis,Total Quality Management , Six Sigma
2. Z czym kojarzy się Hammer?: twórca koncepcji BPR
3. Co jest 4 etapem w 6 sigma? Poprawiaj
4. Zarządzanie dotyczące radykalnej,fundamentalnej zmiany: BPR - reengineering procesów biznesowych
5. Pojęcie dystrybucji w ujęciu mikroekonomicznym: dystrybucja jest utożsamiana z procesem sprzedaży i dostarczaniem produktów określonego przedsiębiorstwa do ostatecznych nabywców
6. Obszary logistyki produkcji: Zapasy materiałów, surowców i półproduktów, Transport wewnątrz zakładowy, Ewidencję materiałową, Utylizację odpadów
7. Zalety benchmarkingu: Umożliwia twórcze przejęcie najlepszych zasad postępowania firm bez względu na branżę, Stanowi wyzwanie i motywację dla specjalistów, którzy zajmują się wprowadzaniem jego zasad,Przełamuje zakorzeniony opór i niechęć do zmian ,Daje możliwość zapoznania się i zaadaptowania nowości technologicznych
8. Funkcje koordynacyjne dystrybucji: Pozyskiwanie i przekazywanie informacji rynkowych, Promocja produktów,Poszukiwanie i zgłaszanie ofert kupna-sprzedaży, Nawiązywanie

kontaktów handlowych, Negocjowanie warunków umów (przenoszących prawa własności przemieszczanych produktów)

9. Typy zakupu, dla którego trzeba wykonać wszystkie 11 czynności(?): Proste ponowienie zakupu lub zakup rutynowy, Zmodyfikowany zakup powtórny (wymaga zmiany istniejącego dostawcy lub materiału, Całkowicie nowy zakup (nowa potrzeba użytkownika), a te czynności (składają się na proces zaopatrzenia) to: Określenie lub powtórna ocena potrzeb., Zdefiniowanie i ocena wymagań użytkownika., Podjęcie decyzji, czy produkować we własnym zakresie, czy dokonać zakupu („make or buy”), Określenie typu zakupu., Przeprowadzenie analizy rynku., Określenie wszystkich możliwych dostawców, Wstępna selekcja wszystkich możliwych źródeł zaopatrzenia., Ocena wyselekcjonowanych dostawców., Wybór konkretnego dostawcy., Przyjęcie dostawy produktu lub usługi., Ocena wykonania dostawy.
10. Ostatni etap w integracji w łańcuchu dostaw: integracja zewnętrzna

Zestaw D:

1. Kto wyróżnił logistykę jako jedną z 3 nauk o prowadzeniu wojny?: Cesarz bizantyjski Leontos VI
2. W jakiej koncepcji występuje kaizen? Lean management (LM) – *zarządzanie wyszczuplające*
3. Koncepcje podobne do logistyki? Lean Management, Agile Manufacturing, Business Process Reengineering
4. Misja zarządzania logistycznego: planowanie i koordynowanie wszystkich działań koniecznych do osiągnięcia pożądanego poziomu dostarczanych usług oraz jakości po możliwie najniższych kosztach.
5. Źródła dostaw: Rynek czysto konkurencyjny (wielu dostawców), Rynek oligopolistyczny (kilku dużych dostawców), Rynek monopolistyczny (jeden dostawca)
6. Model SCOR (gł. procesy): planuj, pozyskaj, wykonaj, dostarcz
7. Cele zarządzania logistyką produkcji: Zagwarantowanie ciągłości i rytmiczności procesów produkcji, Utrzymanie wysokiej jakości produkowanych wyrobów, Minimalizowanie zapasów produkcji w toku, Zwiększenie terminowości i skracanie cykli produkcyjnych
8. Def. logistyki wg CLM: to proces planowania, realizacji i kontrolowania sprawności i ekonomicznej efektywności przepływu surowców, produkcji niezakończonych i wyrobów gotowych oraz związanych z tym informacji od miejsc pochodzenia do miejsc konsumpcji w celu zaspokojenia wymagań klientów.
9. M. Hammer i J. Champy to: twórcy koncepcji BPR
10. Łańcuch dostaw: sieć organizacji zaangażowanych w różne procesy i działania, które tworzą wartość w postaci produktów i usług dostarczanych ostatecznym konsumentom

Zestaw E: Pytania z innych zestawów+

1. W nowych zasadach konkurencyjności do kluczowych procesów należą: Rozwój nowych produktów, Rozwijanie partnerstwa z dostawcami, Cykl realizacji zamówienia, Zarządzanie kontaktami z klientami, Zarządzanie logistyką zaopatrzenia i dystrybucji

2. Czynnościami poprzedzającymi planowanie i sterowanie procesami produkcyjnymi, są: Projektowanie struktury produkcyjnej, Projektowanie struktury przepływu produkcji

#### Zestaw F:

1. Konceptcje komplementarne wzgl logistyki: Time Based Management ,Computer Integrated Manufacturing , Efficient Consumer Response , Value Analysis,Total Quality Management , Six Sigma
2. Która koncepcja jest najbardziej komplementarna? TQM

#### Zestaw G:

1. Droga do zintegrowanego łańcucha dostaw, jak się nazywa faza 3: Droga do zintegrowanego łańcucha dostaw:Faza 1: punkt wyjścia,Faza 2: integracja funkcjonalna, Faza 3: integracja wewnętrzna, Faza 4: integracja zewnętrzna

2. Kryteria wyboru dostawców: **Jakość** (odniesienie do: parametrów technicznych, właściwości fizycznych lub chemicznych,projektu,dodatkowe czynniki: okres użytkowania produktu, łatwość jego naprawy, wymagania związane z konserwacją, łatwość w użyciu, niezawodność)

**Niezawodność**(Realizacja dostawy,Regularne, terminowe dostawy,Okres przydatności do użycia zakupionego produktu,Gwarancja oraz procedura reklamacyjna), **Potencjał**(uwzględnia:Obiekty produkcyjne dostawcy,Zdolności/umiejętności techniczne, zarządcze i organizacyjne,Sterowanie produkcją) **Kondycja finansowa, Pożądane cechy (lecz nie zawsze niezbędne)**:Postawa dostawcy,Wywarłe wrażenie,Wizerunek wykreowany na rynku,Znaczenie materiałów instruktażowych,Znaczenie opakowania ,Możliwość świadczenia usług naprawczych, **Lokalizacja geograficzna**

3. **Kanban** jest systemem,który wspomaga sterowanie...: produkcją (?)

4. Diagnoza stanu wyjściowego dystrybucji zawiera : Cele przedsiębiorstwa, Potencjał przedsiębiorstwa,Rynek docelowy (nabywcy),Zachowania konkurentów,Rodzaje i struktura pośredników handlowych, Pozostałe jednostki otoczenia

#### Zestaw h:

1. Druga faza drogi do zintegrowanego łańcucha dostaw: integracja funkcjonalna
2. Zjawisko **konsolidacji popytu** – *rośnie siła i wielkość nabywców przy jednocześnie zmniejszającej się ich liczbie*
3. **Planowanie dystrybucji fizycznej** :obejmuje określenie zadań i środków związanych z przemieszczaniem towarów w czasie i przestrzeni ( Określenie lokalizacji magazynów, ich liczby i pojemności,Ustalenie grup produktów składowanych w magazynach,Określenie środków transportu i tras przewozowych,Ustalenie przeciętnej częstotliwości dostaw i stanu zapasów)
4. **Elementy procesu zarządzania dystrybucją**:Diagnoza stanu wyjściowego,Planowanie dystrybucji (w tym dystrybucji fizycznej),Organizacja dystrybucji,Kontrola procesów i operacji w dystrybucji
5. **Celem logistyki w sferze dystrybucji** jest zapewnienie dostępności produktu dla klienta zgodnie z jego oczekiwaniami przy uwzględnieniu jak najniższych kosztów  
**Decyzje w sferze fizycznej dystrybucji** dotyczą m.in.:wyboru środków transportu, rodzaju, liczby i lokalizacji magazynów,minimalnej wielkości dostaw, rodzaju opakowania