

ЛОГИСТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ**Захаркина А.В.**

*г. Орел, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»
Институт экономики и управления, магистр 1 курса*

Канал распределения представляет собой путь, по которому товары осуществляют движение от производителя к потребителю. Выбранные каналы непосредственно влияют на скорость, эффективность движения, время и сохранность продукции при ее доставке от производителя к конечному потребителю.

Так, канал распределения отражает совокупность организаций либо отдельных лиц, принимающих на себя или помогающих передать другим организациям и лицам право собственности на определенный товар или услугу на пути от производителя до потребителя. В свою очередь, само использование каналов распределения непосредственно приносит производителям определенные выгоды, а именно: экономию финансовых средств на распределение продукции; возможность вложения сэкономленных средств в основное производство; продажу продукции более эффективными способами; высокую эффективность обеспечения широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков; сокращ. Объемов работ по распределению продукции.

В логистической цепи выделяют следующие главные звенья: поставка материалов, сырья и полуфабрикатов; хранение продукции и сырья; производство товаров; распределение, включая отправку товаров со склада готовой продукции; потребление готовой продукции.

Цепь поставок определяется путем объединения всех видов бизнес-процессов, необходимых для удовлетворения спроса на продукцию либо сервис – от начального момента получения сырья или информации до момента поставки конечному потребителю.

Учетно-договорная единица – это логистическая единица с определенными и закрепленными за ней характеристиками в результате соглашения между всеми партнерами. Определение учетно-договорной единицы вводится для упрощения последующих логистических операций с ее участием и над ней.

Выбор структуры канала является долговременным стратегическим решением, что подразумевает необходимость создания серьезных торговых отношений.

В современных условиях хозяйствования большинство производителей работают

через посредников, которые доставляют товар на рынок, где и происходит формирование канала распределения товаров.

Виды каналов распределения можно объединить в 2 блока: 1. прямой канал – непосредственное взаимодействие производителя и конечного потребителя. Это означает, что производитель имеет либо свою собственную розничную сеть, либо отдел по работе с корпоративными клиентами, либо использует многоуровневый сетевой маркетинг, либо занимается торговлей через интернет или телемаркетингом. 2. косвенный (многоуровневый) канал

Производители должны при проектировании каналов распределения ответить на вопросы, какой из вариантов является оптимальным, какой осуществимым, а какой доступным. Фирма-новичок стандартно начинает свою деятельность с реализации продукции на каком-либо имеющемся местном рынке. Так как капитал фирмы ограничен, то она пользуется услугами уже существующих на этом же рынке посредников. В данной ситуации не представляет затруднений выбор оптимального канала распределения. Основная проблема состоит в том, чтобы убедить одного или нескольких посредников заняться именно новым товаром.

Так, управление цепями поставок – управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект.

Концепция предложена в 1982 году К. Оливером, впоследствии развита и получила практическую реализацию с использованием систем управления цепями поставок – прикладного программного обеспечения. Цепочка ценности – обобщение концепции управления цепями поставок на все виды деятельности организации, фокусирующееся на понятии о добавленной стоимости на каждом этапе создания продуктов и услуг.

Среди основных типов логистических посредников можно выделить следующие: 1. приобретающие товар в собственность и имеющие право влиять на цены; 2. дей-

ствующие от имени и за счет продавца и не имеющие возможности влиять прямым образом на цены.

Так, к независимым посредникам относятся дистрибьюторы, которые в свою очередь делятся на два типа: имеющие или арендующие складские помещения и те, кто этого не имеет. Зависимых посредников часто называют торговыми маклерами. Торговые маклеры обычно имеют дело с крупногабаритными грузами, транспортировка и передача которых весьма трудоемки.

Производитель может продавать продукцию непосредственно дистрибьюторам, которые затем самостоятельно сбывают ее конечным потребителям.

Промышленные агенты заменяют службу сбыта предприятия, но получают заработную плату и комиссионное вознаграждение, которое может колебаться в пределах от 3 % до 10 % от объема сбыта.

В большей степени, чем все другие посредники этой группы промышленные агенты зависят от указаний производителя. Промышленные агенты обычно осуществляют работу на одного производителя и пользуются исключительным правом сбыта на обозначенной территории.

Сбытовые агенты имеют дело с небольшими предприятиями и отвечают за маркетинг всей продукции в целом. Именно они становятся маркетинговым подразделением производителя и полномочны вести переговоры по ценам и другим условиям реализации. Конторы сбытовых агентов расположены в непосредственной и выгодной близости от потребителя. Именно брокеры сводят покупателей и продавцов для совершения сделки. Они хорошо информированы об условиях продаж, состоянии рынка, уровне цен, а также они владеют искусством вести переговоры, а в отдельных случаях могут обеспечить доставку и хранение продукции. За посредничество между покупателем и продавцом брокер получает комиссионное вознаграждение, как правило, от обеих сторон сделки, что отличает его от других зависимых посредников.

Комиссионеры получают продукцию от изготовителей на условиях консигнации, состоящей в поручении одной стороны другой стороне продать товар со склада от своего имени, но в счет оплаты со стороны продавца. Комиссионеры имеют контору, а также складские помещения для хранения и продажи изделий. Комиссионеры могут вести переговоры по ценам с потребителями, а диапазон цен определяет сам производитель.

Система управления цепями поставок (scm-система) – прикладное программное обеспечение, предназначенное для ав-

томатизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения: закупку сырья и материалов, производство, распространение продукции. Существуют самостоятельные тиражируемые scm-системы, решения, реализуемые как составная часть егp-систем, а также уникальные системы, создаваемые именно для конкретного предприятия.

В составе scm-систем обычно выделяют: 1. планирование цепей поставок – планирование и формирование календарных графиков, решения для совместной разработки прогнозов, проектирование сетей поставок, моделирование различных ситуаций, анализ уровня выполнения операций; 2. исполнение цепей поставок – отслеживание и контроль выполнения логистических операций.

Решения о количестве и размещении распределительных центров на обслуживаемой территории.

Задача размещения распределительных центров может формулироваться как поиск оптимального решения, или же, как поиск близкого к оптимальному решению. Научкой и практикой выработаны разнообразные методы решения задач обоих видов.

Метод полного перебора. Задача выбора оптимального места расположения решается полным перебором и оценкой всех возможных вариантов размещения распределительных центров и выполняется на ЭВМ методами математического программирования.

Эвристические методы. Гораздо менее трудоемки субоптимальные, или так называемые эвристические методы определения места размещения распределительных центров. Эти методы эффективны для решения больших практических задач; они дают хорошие, близкие к оптимальным, результаты при невысокой сложности вычислений, однако не обеспечивают отыскания оптимального решения. Название «эвристические» означает, что в основе методов лежит человеческий опыт и интуиция.

Метод определения центра тяжести используется для определения места расположения одного распределительного центра. Метод аналогичен определению центра тяжести физического тела. Из легкого листового материала вырезают пластину, контуры которой повторяют границы района обслуживания. На эту пластину в местах расположения потребителей материального потока укрепляют грузы, вес которых пропорционален величине потребляемого в данном пункте потока. Далее после уравнивания модуля, если распределительный центр разместить в точке района, которая

соответствует точке центра тяжести изготовленной модели, то транспортные расходы по распределению материального потока на территории района будут минимальны.

Таким образом, логистика распределения представляет собой комплекс взаимосвязанных функций, которые реализуются в процессе оптовой продажи товаров процессе, то есть распределения материального потока между различными оптовыми покупателями.

Список литературы

1. Гаджинский А.М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики [Электронный ресурс]: учеб. – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2013. – 324 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/50247>.
2. Проценко И.О. Стратегическая логистика [Электронный ресурс]: монография – Электрон. дан. – Москва: Креативная экономика, 2005. – 368 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/4008>.
3. Тебекин А.В. Логистика: Учебник [Электронный ресурс]: учеб. – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2016. – 356 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93314>.