

УДК 366.67

РАЗВИТИЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Коньшева Л.М.

студентка,

ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарёва»

Саранск, Россия

Аннотация

В данной статье рассматривается распределительная логистика на предприятии. Особенное внимание обращено на важность сбытовой логистики для производителя и потребителя, проанализированы каналы сбыта и их виды, методы товародвижения. Рассмотрена проблема дистрибьюции, как одна из ключевых в политике сбыта.

Ключевые слова: распределительная логистика, производитель, потребитель, посредник, каналы сбыта, доставка, хранение, маркетинг.

DEVELOPMENT OF DISTRIBUTION LOGISTICS AT THE ENTERPRISE

Konysheva L. M.

student,

National Research Ogarev Mordovia State University

Saransk, Russia

Abstract

This article discusses the distribution logistics in the enterprise. Special attention is paid to the importance of sales logistics for the manufacturer and the consumer,

sales channels and their types, methods of product distribution are analyzed. The problem of distribution is considered as one of the key issues in the sales policy.

Keywords: distribution logistics, manufacturer, consumer, intermediary, sales channels, delivery, storage, marketing.

Логистика – дисциплина о планировании, контроле и управлении транспортировки, хранении на складе и другими материальными и нематериальными операциями, осуществляемыми в ходе доведения материалов и продукции до организации, кроме того передачи, хранения и обработки надлежащих данных.

Назначение логистики – снабжение товаром потребителя в кратчайший срок с минимальными затратами на хранение, транспортировку, сбыт, и производство, что способствует более качественной деятельности всей экономики в целом.

О. А. Новиков определяет логистику как процедуру планирования, осуществления, контролирования расходов транспортировки и хранения товаров, полуфабрикатов и готовой продукции, а также данных о доставке продукции от места производства до места потребления в соответствии с требованиями клиентов [1, 7].

Логистика включает в себя следующие виды: логистика обеспечения, производственная логистика, сбытовая логистика, транспортная и другие.

В конце 1950-х и в 1980-е гг., при прекращении дефицита товаров, появилось такое понятие, как распределение, которое зачастую было синонимом маркетинга, что является неверным, так как маркетинг является лишь одним из ключевых составляющих распределительной (сбытовой) логистики.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Сбытовая логистика определяется как объединение тесно связанных логистических функций, совершаемых в ходе распределения финансового потока при оптовой реализации продукции [7 ,57].

Распределительная логистика – важнейшая часть всей логической совокупности, которая осуществляет эффективную организацию сбыта производимого товара и содержит в себе маркетинг, хранение, перевозку товара и т.д.

Исходя из этого, необходимо проанализировать рыночное, канальное и физическое разделение:

– рыночное распределение осуществляет функции планирования, изучения, проверки и регулирования реализации товара, т.е. управление распределительной деятельностью;

– канальное распределение – комплекс компаний либо конкретных персон, которые принимают на себя или передают кому-либо другому право собственности на конкретный товар или услугу на всем этапе следования от изготовителя к покупателю;

– физическое разделение применяет функции хранения, перевозки, складирования, переработки и т.п., - работа по планированию и контролю за физическим движением сырья и готовой продукции от места их производства к местам их потребления [2 ,99]

Существует три типа распределения товара интенсивное, эксклюзивное и селективное распределение. Они отличаются друг от друга использованием минимального (эксклюзивное распределение) или минимального (интенсивное распределение) количества сбытовых организаций по реализации товаров и изделий на конкретной территории.

Распределительная логистика на предприятии (микроуровне) решает следующие задачи: планирование процесса производства; организация

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

доставки и обработки заказа; определение типа упаковки и комплектовки; осуществление отгрузки товара; обслуживание контроля транспортировки.

Наиболее эффективный вариант сбытовой логистики определяется по критерию минимизации трат и количеству эксплуатационных и транспортных расходов за год.

Распределительная (сбытовая) логистика следует за закупочной и производственной логистикой, следовательно, изучает третий последний этап, представляя тем самым, деятельность об управлении доставкой, контроле и складировании, а так же другими операциями, проводимыми для того, чтобы товар дошел до потребителя, действуя в его интересах.

Чтобы осуществить продажу продукции наиболее успешно, сэкономить средства на распределение товаров, обеспечить наиболее высокую эффективность доступность товаров на рынках, а также уменьшить количество работы по сбыту продукции, организации используют каналы распределения.

Канал распределения представляет собой комплекс организаций, а так же конкретных посредников, являющихся помощниками на этапе передачи товара или услуги от изготовителя к заказчику. Канал распределения - это путь, который проходит товар от производящей организации до конечного потребителя[10, 203].

От намеченного предприятием канала распределения зависит скорость доставки, целостность доставляемого товара, и эффективность движения по пути к клиенту.

Виды каналов распределения различаются в зависимости:

- от типа рынка;
- потребностей конечного потребителя (покупателя);
- числа посредников;
- типа товара[6,8].

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Распределительные каналы делятся в зависимости от количества посредников (нулевой и многоуровневый), а также по сумме независимых респондентов сбыта на отдельных этапах сбытового процесса.

При товародвижении используются основные три метода:

– непосредственный (прямой) – при использовании данного метода не используются услуги посредников, производитель работает с потребителем напрямую;

– косвенный – применяя данный метод, задействуются независимые организации;

– смешанный (комбинированный) – посредниками являются организации и их финансовые средства, а так же средства производителя.

От эффективности маркетинга и логистики на предприятии напрямую зависит количество сбыта продукции, который определяет коммерческие успехи организации.

Отмечая логистические трудности в распределительной политике, следует обратить особое внимание на таких основных задачах, как дистрибьюция и физическое распределение. Данные логистические функции нередко идентифицируют как похожие. Однако в последнее время четко наблюдается направленность расширительного определения дистрибьюции в смысле введения в ее область вспомогательных функций по реализации изделий и обслуживанию[5, 97].

Главные функции логистического менеджмента дистрибьюции подразделяются на функции обмена, физического распределения, а так же поддерживающие.

Огромное количество посредников, важных для дистрибьюции, располагаются между организацией, производящей товар и конечным потребителем. Их можно разделить на две большие группы: оптовые и розничные продажи. Количество оптовых посредников может достигать до

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

пятнадцати. Поэтому встает проблема логистических расходов, которые могут составлять до 300% от начальной себестоимости и даже больше, в зависимости от вида деятельности производства.

Чтобы решить данную проблему, необходимо минимизировать посредников между производителем и потребителем, выбирая наиболее короткий канал распределения. Это позволит сократить издержки, а также у потребителя появится возможность получить товар наиболее выгодно, быстро и качественно.

Отсюда можно сделать вывод, что распределительная (сбытовая) логистика является третьим, одним из важнейших этапов логистики. Чтобы товар прошел этап от производства до конечного заказчика, организации используют каналы распределения. От количества посредников напрямую зависит качество, скорость и надежность доставки, а также окончательная цена товара. Поэтому, чтобы потребитель получил продукт производства наиболее быстро и с наименьшими издержками, производителю следует максимально сократить количество посредников и уменьшить канал распределения.

Библиографический список:

1. Александров О. А. Логистика: учеб. пособие / О. А. Александров. – М.:ИНФРА-М, 2019. – 217с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>].
2. Альбеков А. У., Пархоменко Т.В., Лопаткин Г. А. Логистика: Учебник – М.:РИОР: ИНФРА-М,2016. – 403с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>].
3. Аникин Б. А. Логистика: учебник – 4-е изд., перераб. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2019. – 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>].

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

4. Егоров Ю.Н. Логистика : учеб. пособие / Ю.Н. Егоров. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 256 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/14425.
5. Каменева Н.Г. Логистика: Учебное пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.Г. Каменевой. — М.: КУРС: ИНФРА-М, 2018. — 202 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>].
6. Карпова С. В. Логистика для бакалавров : учебник / под общ. ред. проф. С.В. Карповой. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. – 323 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>].
7. Носов А. Л. Логистика: учебное пособие/ А.Л. Носов. – Москва: Магистр: Инфра-М, 2021. – 184с.
8. Панасенко Е.В. Логистика: персонал, технологии, практика.- М.:Инфра-Инженерия,2011.-224с.
9. Тебекин А. В. Логистика: Учебник/ А.В. Тебекин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 356с.
10. Хабаров В. И. Основы логистики : учеб. пособие / В. И. Хабаров. — 2е изд., перераб. и доп. — М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. — 368 с. (Университетская серия).

Оригинальность 90%