


Логистика распределения

The image features a 3D puzzle with a glowing globe in the center. The puzzle pieces are white and blue, and the globe is illuminated with a bright blue light. The background is a dark blue gradient with a subtle pattern of puzzle pieces. The text "Логистика распределения" is overlaid on the puzzle in a white, sans-serif font.




Распределительная логистика -

это управление транспортированием, складированием и всеми логистическими операциями, совершаемыми в процессе доведения ГП (готовой продукции) до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации.




В обобщенном виде распределительную логистику можно рассматривать в следующих двух аспектах:

- как изучение потребностей рынка (маркетинг);
- как способы и методы наиболее полного удовлетворения этих потребностей путем эффективной организации транспортно-экспедиционного, складского процессов, обслуживания потребителей.



Принципиальное отличие распределительной логистики от традиционного подхода к организации сбыта и продажи заключается в:

- подчинение процесса управления МП целям и задачам маркетинга;
- системная взаимосвязь процессов распределения, производства и закупок;
- системная взаимосвязь всех функций внутри самого распределения.



Важность распределительной логистики определяется тем, что улучшение работы в сфере распределения товаров не требует больших дополнительных капиталовложений. Денежные средства, вложенные в сферу распределения, влияют на положение поставщика на рынке гораздо сильнее, чем те же средства, вложенные в сферу производства. Т.е. высокая конкурентоспособность зависит не от величины капитальных вложений, а от умения правильно организовать логистический процесс.



Задачи распределительной ЛОГИСТИКИ.



На микроуровне:

- планирование процесса реализации товара;
- организация получения и обработки заказа;
- выбор вида упаковки, принятие решений о комплектации, организация выполнения операций, предшествующих отгрузке;
- организация отгрузки продукции;
- организация доставки и контроль транспортирования;
- организация послереализационного обслуживания.



На макроуровне:

- выбор схемы распределения МП (материального потока);
- определение оптимального количества РЦ (распределительных центров);
- определение оптимального места расположения РЦ (складов) на обслуживаемой территории и др.




Логистические каналы




Логистический канал –

- это частично упорядоченное множество различных посредников (организаций или отдельных лиц), осуществляющих доведение МП от конкретного производителя до его потребителей. После того, как делается выбор *конкретных* участников процесса движения МП, логистический канал преобразуется в логистическую цепь.



Использование посредников при распределении продукции позволяет производителям:

- сократить объем работ и финансовые средства на распределение продукции;
- вкладывать сэкономленные средства в основное производство;
- продавать продукцию более эффективными способами;
- более эффективно доводить продукцию до целевых рынков.



Традиционные каналы распределения являются горизонтальными.

Они состоят из независимого производителя и одного или нескольких независимых посредников. Каждый участник канала представляет собой отдельное предприятие, стремящееся обеспечить себе максимальную прибыль. Максимально возможная прибыль отдельного участника канала может идти в ущерб максимальному извлечению прибыли системой в целом, так как ни один из членов канала не имеет полного или достаточного контроля над деятельностью остальных членов.



Вертикальные каналы распределения –

это каналы, состоящие из производителя и одного или нескольких посредников, действующих как одна единая система. Один из участников канала, как правило, либо является собственником остальных компаний-участниц, либо предоставляет им определенные привилегии. Таким участником может быть производитель, оптовый или розничный посредник. Вертикальные каналы возникли как средство контроля поведения канала. Они экономичны и исключают дублирование членами канала выполняемых функций.



Типы посредников в каналах распределения:


Классификацию посредников проводят по двум признакам:

- от чьего имени работает посредник;
- за чей счет посредник ведет свои операции.



Типы посредников в каналах распределения:

Тип посредника	Признак классификации
Дилер	От своего имени и за свой счет
Дистрибьютор	От чужого имени и за свой счет
Комиссионер	От своего имени и за чужой счет
Агент, брокер	От чужого имени и за чужой счет

- 
- Дилеры – это оптовые (реже розничные) посредники, которые ведут операции от своего имени и за свой счет.
 - Дистрибьюторы – оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет.
 - Комиссионеры – это оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя.
 - Агенты – посредники, выступающие в качестве представителя или помощника другого, основного по отношению к нему лица
 - Брокеры – посредники при заключении сделок, сводящие контрагентов.



**Логистика распределения –
это то, на чем держится
любая фирма занимающаяся
сбытом товаров.**