



Тема 2.4.

Предпринимательская
ЛОГИСТИКА

Модуль 2. Виды логистики



Основные отличия предпринимательской логистики от традиционных сбыта и продажи заключаются в:

- подчинении процесса управления материальными и информационными потоками целям и задачам маркетинга;
- системной взаимосвязи процесса распределения с процессами производства и закупок (в плане управления материальными потоками);
- системной взаимосвязи всех функций внутри распределения (сбыта и транспортировки).



Содержание предпринимательской ЛОГИСТИКИ



Торговая
ЛОГИСТИКА



Складская
ЛОГИСТИКА



Транспортная
ЛОГИСТИКА



Сервисная
ЛОГИСТИКА

Сущность торговой логистики

- **Логистический процесс торговли** формируется совокупностью взаимосвязанных логистических операций в сфере товарного обмена, объединенных общностью целей.
- **Логистический процесс в торговле** условно можно разделить на *производственный* и *товарообменный*.
- **К производственному торгово-логистическому процессу** относится совокупность физических операций с товаропотоками, а именно: закупку, транспортировку, складирование, хранение, преобразование ассортимента производственного в потребительский (подготовку продукции к производственному потреблению), продажу (реализацию) и сервис.
- **Торговый — товарообменный процесс**, связанный со сменой форм стоимости, т.е. актами купли-продажи, включает весь комплекс коммуникационных действий по подготовке, реализации и контролю за торговыми сделками.
- Системная организация торговли определяет и формирует качественные характеристики **объекта торговой логистики**.



«Носителями» логистических процессов в торговле выступают торгово-логистические посредники, квалифицируемые как субъекты торговой логистики.

Параметры потоковых процессов в сфере обращения формируются под их воздействием и в значительной степени зависят от них.



Виды логистических каналов и структура распределительной сети в торговой логистике зависят от:

логистической концепции;

стратегических и тактических целей и задач фирмы;

сектора бизнеса;

логистической стратегии и технологий;

видов и параметров материальных (сервисных) потоков;

ассортимента и характеристик готового продукта и др.

структуры товарного рынка



Товары **повседневного спроса**

- Товары постоянного спроса
- Товары импульсной покупки
- Товары для экстренных случаев

Товары **предварительного выбора**

- покупатель готов их искать и выбирать, сравнивая конкурирующие между собой по внешнему виду, дизайну, цене, качеству и т.п. взаимозаменяемые товары (автомобили, мебель, одежда, бытовая техника и т.п.).



Товары **особого спроса**

- продукция с уникальными характеристиками и товары престижной торговой марки, ради приобретения которой покупатель готов затратить дополнительные усилия, время и деньги (например, особые ювелирные украшения).

Товары **пассивного спроса**

- покупатель о них ничего не знает, или знает, но не торопится покупать.



Концепции распределения производителя

- Специализация
- Ассортимент

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ

- Специализация на определенных логистических функциях позволяет внутрифирменным закрытым логистическим системам или привлеченным посредникам выполнить их наилучшим образом



ассортимент

Этапы: концентрация, кастомизация и
рассеивание.

Концентрация (или консолидация) представляет собой сбор большого количества одного продукта или нескольких наименований различных продуктов таким образом, чтобы они немедленно могли быть распределены и проданы группой.

Кастомизация - процесс сортировки и группировки продуктов в уникальные миксы (комбинации).

Рассеивание состоит в отправке уникальных ассортиментных групп готового продукта потребителям в заданное время и место.



Товарный рынок -

□ система взаимосвязанных субъектов экономики: производителей, потребителей, посредников и организаций, обеспечивающих их отношения. Цель функционирования товарного рынка – обеспечение обращения товаров конечного потребления и производственно-технического назначения.



Инфраструктура товарного рынка -

- система организаций, обеспечивающих взаимосвязи между структурными элементами товарных рынков и способствующая свободному продвижению товаров, непрерывному процессу воспроизводства и бесперебойному функционированию сферы потребления.



Подсистемы инфраструктуры ТР

- торговых посредников и складского хозяйства;
- информационного обеспечения;
- тароупаковочной индустрии;
- транспортного обеспечения;
- финансово-кредитная;
- нормативно-правового обеспечения.



Распределительная сеть -

- структура, сформированная партнерами, участвующими в процессе конкурентного обмена, с целью предоставления товаров и услуг различным потребностям.



Выполняемые функции
логистических посредников
можно разделить на следующие

обмен (куплю-продажу);

физическое распределение;

поддержку и вспомогательные функции
(стандартизация и сертификация качества сервиса в
дистрибьюции, финансирование, информационная
поддержка, страхование рисков и т.п.).



□ Посредники, выполняющие первую группу функций, называются **торговыми посредниками**;

□ вторые две группы функций — **логистическими посредниками**.



Логистическими посредниками в операциях физического распределения

- являются различные специализированные транспортные, экспедиторские, транспортно-экспедиторские фирмы, стивидорные кампании, грузовые терминалы и терминальные комплексы, склады общего пользования и коммерческие склады, грузовые распределительные центры, предприятия по сортировке, затариванию и упаковке ГП, грузоперерабатывающие и прочие предприятия.

Логистические посредники, выполняющие поддерживающие (вспомогательные) функции

- **учреждения финансового сервиса** (банки, финансовые компании, клиринговые и расчетные центры и компании и т.п.),
- **предприятия информационного сервиса** (информационно-диспетчерские центры, логистические информационно-аналитические центры, предприятия связи и телекоммуникаций и т.п.),
- **страховые компании, таможенные брокеры, охранные фирмы,**
- учреждения стандартизации, лицензирования и сертификации и т.п.



торговые посредники

- Независимые торговые посредники
- Зависимые торговые посредники



Независимые торговые посредники

- ▣ **дистрибьюторы** (самая распространенная группа), имеющие мощную складскую сеть и обеспечивающие полный цикл обслуживания. Они могут торговать широкой товарной номенклатурой, смешанным или специализированным ассортиментом;
- ▣ **оптовые торговцы**, работающие в основном с розничными предприятиями, предоставляющими им полный пакет услуг.

Оптовые посредники

- **оптовики со смешанным ассортиментом**, занимающиеся несколькими ассортиментными группами товаров. Они работают с розничными предприятиями с широким смешанным и узкоспециализированным ассортиментом;
- **оптовики с нешироким насыщенным ассортиментом**. Они занимаются одной или двумя ассортиментными группами и реализуют ассортимент большой глубины (технические товары, лекарства, одежда и т. д.);
- **узкоспециализированные оптовики** занимаются частью ассортиментной группы товаров, охватывая ее на большую глубину.

- 
- **дилеры** имеют складскую сеть и выполняют полный перечень услуг. Чаще всего они имеют тесную связь с определенной промышленной фирмой или крупными дистрибьюторами;
 - **ОПТОВИКИ-КОНСИГНАНТЫ** завозят в магазины сопутствующие товары, в основном непродовольственного назначения (косметику, лекарства, книги, игрушки), и организуют их выкладку в торговом зале.
 - **ОПТОВИКИ ПОСЫЛОЧНОЙ ТОРГОВЛИ** занимаются рассылкой каталогов на косметику, ювелирные изделия, пищевые деликатесы и другие мелкие товары розничным клиентам и различного рода учреждениям.
 - **агентов по закупкам**, которые поддерживают долговременные отношения с покупателями и осуществляют для них закупку необходимых товаров по максимально низким ценам. Агенты по закупкам обладают знаниями рынка;
 - **ОПТОВИКОВ-КОМИССИОНЕРОВ** (оптовые фирмы-комиссионеры), которые обычно имеют ликвидные товары, которые они продают от своего имени, но на счет владельцев. Располагают офисом и складскими мощностями. Они предоставляют спектр различных дополнительных услуг (в том числе логистических).

Зависимые торговые посредники

- (оптовые филиалы промышленных компаний) представляют собой третью основную разновидность предприятий оптовой торговли. Их представителем, имеющим склад, является сбытовое отделение.
- **Сбытовые отделения** (оптовые базы промышленных компаний) предоставляют различного рода складские услуги. Сбытовые отделения встречаются в таких сферах производства, как лесная промышленность, производство запасных частей, и др.
- Различные **специализированные оптовики**. В ряде отраслей экономики имеются собственные специализированные оптовые организации, занимающиеся:
 - дистрибьюцией продуктов нефтепереработки;
 - дистрибьюцией сельскохозяйственной продукции.

независимые оптовые предприятия, не занятые складской переработкой грузов

- ▣ **Оптовики-коммивояжеры** продают и осуществляют доставку товара розничным покупателям. Они занимаются ограниченным ассортиментом продуктов кратковременного хранения (хлеб, молочные продукты и проч.). Их клиентами являются магазины, рестораны, кафе, гостиницы.
- ▣ **Оптовики-организаторы** (к ним могут относиться и оптовые маклеры) работают с товаром, для которого характерна бестарная перевозка грузов (тяжелое оборудование, лесоматериалы, каменный уголь), и реализуют его по более низким ценам. Получив заказ, оптовик-организатор находит производителя, который отгружает товар непосредственно покупателю, при этом он **принимает на себя право собственности на товар** и весь связанный с этим риск с момента принятия заказа до момента завершения поставки.

- ▣ **Агенты и брокеры** не принимают на себя права собственности на товар. Обычно они специализируются либо по типу предлагаемого товарного ассортимента, либо по типу обслуживаемых ими клиентов.
- ▣ **Товарные брокеры** заняты сведением покупателей с продавцами и помогают им в заключении сделки, при этом они не состоят в длительных договорных отношениях и не принимают на себя никакого риска.
- ▣ **Промышленные агенты** (агенты производителей) участвуют в реализации только части продукции поставщика, могут включать в ассортимент продукции не конкурирующих между собой производителей, заключая официальное письменное соглашение с каждым производителем в отношении политики цен, территориальных границ деятельности, процедуры прохождения заказов, условий доставки товаров и размеров комиссионных вознаграждений.
- ▣ **Полномочные агенты** (сбытовые агенты) имеют дело с небольшими промышленными фирмами на протяжении длительного периода и занимаются распределением всей выпускаемой ими продукции, заменяя собой торговый аппарат фирм. В отличие от промышленных агентов они оказывают значительное влияние на цены, сроки и условия продажи.

Классификация посредников

- ▣ **В зависимости от выполняемых функций и набора предоставляемых услуг** посредники могут быть разделены:
 - ▣ —на универсальных посредников;
 - ▣ —на специализированных посредников.
- **Универсальные посредники** осуществляют весь комплекс функций организационно-коммерческой деятельности: покупку товаров, их транспортировку и хранение, преобразование производственного ассортимента в торговый, кредитование потребителей и авансирование поставщиков продукции, проведение рекламных компаний, консультативно-информационное обслуживание потребителей и др.
- **Специализированные** посредники концентрируют свою деятельность на отдельных функциях движения ресурсов и, в свою очередь, **подразделяются**:
 - ❖ на информационно-контактных посредников;
 - ❖ на информационных посредников;
 - ❖ на контактных посредников.

Специализированные посредники

- **Информационно-контактные посредники** содействуют установлению хозяйственных связей между поставщиками и потребителями ресурсов. Так, комиссионеры подыскивают партнеров по коммерческим операциям и подписывают договоры на поставку продукции от своего имени, но исполняют их за счет поставщика или получателя ресурсов.
- **Информационные (или чистые)** посредники не имеют в своем распоряжении товаров и выполняют условия их реализации, продиктованные предприятием-поставщиком. В качестве таких поставщиков на рынке выступают брокеры.
- **Поисковые посредники** — это, как правило, агенты промышленных предприятий, которые занимаются поиском потенциальных покупателей товаров в определенных регионах. Поисковых посредников зачастую называют торговыми агентами

От чьего имени и за чей счет работает посредник

- **Дилер** — независимый торговый посредник или биржевой посредник, который по отношению к поставщику продукции выступает как покупатель, т. е. приобретает продукцию на основе договора купли-продажи. **Виды дилеров:**
- **эксклюзивные дилеры**, которые являются единственными представителями предприятия-поставщика в данном регионе и наделены исключительными правами на реализацию его продукции;
- **авторизованные дилеры**, сотрудничающие с поставщиками на условиях франшизы.

□ **Дистрибьютор** — посредник, осуществляющий оптовые (реже оптово-розничные) торговые операции с продукцией, услугами или с ценными бумагами. В логистической цепи дистрибьютор обычно занимает промежуточное положение между производителем и дилером.

□ По форме движения ресурсов различают дистрибьюторов:

- **имеющих** (или арендующих) складские помещения;
- **не имеющих** (не арендующих) складские помещения (иногда их называют торговыми маклерами).

□ В зависимости от товарной специализации выделяют:

- **многотоварных** дистрибьюторов, не имеющих строго определенной специализации и реализующих многопрофильную продукцию;
- дистрибьюторов, связанных с переработкой **ограниченного ассортимента продукции.**



□ **Торговые агенты (поверенные)** — это физические или юридические лица, действующие на основе договора-поручения, когда продавцы и покупатели привлекают посредников к совершению сделок от имени и за счет доверителя (принципала). По объему полномочий торговые агенты подразделяются:

- **на универсальных**, совершающих любые юридические действия от имени доверителя;
- **на генеральных**, заключающих определенные виды сделок, указанные в доверенности.

- 
- **Брокеры** — это физические или юридические лица, которые занимаются поиском заинтересованных продавцов и покупателей, сводят их, но не используют в сделке ни свое имя, ни свой капитал.
 - **Комиссионер** — оптовый или розничный посредник, ведущий операции от своего имени и за счет предприятия-поставщика, который остается собственником продукции до ее передачи и оплаты конечным потребителем.
 - **Торговый дом** — это тип крупного торгового посредника, особенностями деятельности которого являются:
 - активное проникновение в сферы производства продукции;
 - организация кооперации производства продукции;
 - участие в кредитно-финансовых операциях.