

Тема

**Содержание
распределительной
логистики и ее место в
системе логистического
управления**

- **1. Распределительная логистика как часть логистической системы**
- **2. Область исследований распределительной логистики**
- **3. Задачи распределительной логистики**
- **4. Взаимосвязь и различие концепций логистики и маркетинга**
- **5. Логистические концепции управления процессами распределения**

1. Распределительная логистика как часть логистической системы

- *Сбытовая логистика, или логистика распределения, - неотъемлемая часть общей логистической системы, обеспечивающая наиболее эффективную организацию распределения производимой продукции. Она охватывает всю цепь системы распределения: маркетинг, транспортировку, складирование и др.*

Понятие **распределения** в связи с коммерческой деятельностью, имеет два смысловых значения:

- 1) согласованное или систематическое размещение и доставка товаров;
- 2) весь комплекс операций, осуществляемых в целях доставки товаров и услуг в распоряжение потребителей.

Процесс воспроизводства капитала и функциональные области ЛОГИСТИКИ



Материальные потоки на стадии приобретения средств производства являются объектом изучения и управления *закупочной логистики*, материальные потоки на стадии производства - объектом *производственной логистики*.

Объектом *распределительной логистики* материальные потоки становятся на стадии распределения и реализации готовой продукции.

- *Распределительная логистика* — это комплекс взаимосвязанных функций, реализуемых в процессе распределения материального потока между различными оптовыми покупателями, то есть в процессе оптовой продажи товаров.

Основные функции распределительной логистики:

1) определение покупательского спроса и организация его удовлетворения;

2) установление хозяйственных связей по поставкам товаров, оказанию услуг потребителям;

3) построение организационной структуры распределительных каналов;

4) накопление, сортировка и размещение запасов готовой продукции;

5) транспортировка готовой продукции, возвратной тары и отходов;

6) управление запасами, консолидация и рассредоточение товаров;

7) выбор рациональных форм товародвижения и организация торговли;

8) поддержание стандартов качества готовой продукции и логистического сервиса;

9) мониторинг и информационная поддержка распределения.

Можно рассматривать распределение в трех аспектах:

- *1. Коммерческое распределение* охватывает преимущественно функции планирования, анализа, контроля и регулирования сбыта, т.е. управление сбытовой деятельностью (экономический аспект).
- *2. Канальное распределение* - это определение совокупности лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-либо другому право собственности на конкретный товар или услугу на пути от производителя к потребителю (по Ф. Котлеру) (управленческий аспект).

- 3. Под *физическим распределением* понимаются функции хранения, транспортировки, складирования, переработки и пр.
- Т.е. это деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от места их происхождения к местам использования (технологический аспект).

Если под логистикой понимать науку об управлении экономическими потоковыми системами, а под распределением совокупность коммерческого, канального и физического распределения готовой продукции и услуг, то

- ***Распределительная логистика – это процесс управления коммерческим, канальным и физическим распределением готовой продукции и услуг с целью удовлетворения спроса потребителей и извлечения прибыли.***

Распределительная логистика представляет собой часть общей логистической системы и обеспечивает рационализацию физического перемещения продукции к потребителю, изучает последний этап товародвижения в системной взаимосвязи с предыдущими этапами и тем самым *должна обеспечить:*

- сквозное управление материальными потоками, т.е. увязать процесс распределения с процессами производства и закупок;
- маркетинговый подход в управлении материальными потоками;
- взаимосвязь всех функций внутри самого распределения;
- координацию управления материальными потоками и сопутствующими информационными, финансовыми и сервисными потоками.

Логистическая система предприятия



Распределительная логистика строится на следующих принципах:

- **координации** всех процессов товародвижения, начиная от заключительных операций товаропроизводителя и заканчивая сервисом потребителя;
- **интеграции** всех функций управления процессами распределения готовой продукции и услуг начиная с определения целей и заканчивая контролем;
- **адаптации** коммерческого, канального и физического распределения к постоянно меняющимся требованиям рынка и в первую очередь к запросам покупателей;

- ***СИСТЕМНОСТИ*** как управления распределением и обеспечения его целостности и взаимозависимости всех элементов бытовой деятельности;
- ***КОМПЛЕКСНОСТИ***, т. е. решения всей совокупности проблем, связанных с удовлетворением платежеспособного спроса покупателей;
- ***ОПТИМАЛЬНОСТИ*** как соотношения частей системы, так и режима ее функционирования;
- ***РАЦИОНАЛЬНОСТИ*** как организационной структуры, так и организации управления.

- Под **эмергентностью** понимается способность порождать системный эффект от оптимальной координации деятельности всех элементов коммерческого, канального и физического распределения.
- Эффект **синергизма** потенциально заложен в логистике распределения, обладающей системообразующими функциями. Полнота реализации этих функций позволяет получить свойства системы, которыми не обладают ее элементы в отдельности.
- **Конгруэнтность** проявляется, в соразмерности (соответствии) элементов системы между собой и с целями системы.

2. Область исследований распределительной логистики

Область исследований в распределительной логистике

охватывает следующие логистические процедуры:

1. Планирование и организация работы логистических цепей:

- исследовательская работа по сбору и обработке информации и услуг, анализу соответствия товара требованиям заказчика;
- организация переговоров с потенциальными потребителями;
- финансирование движения товаров по логистическим цепям; информационная поддержка;
- организация участия в выставках

2. Поддержка стандартов качества товаров и логистического сервиса:

- обеспечение возврата и замены некачественного товара, т.е. организация реверсивной логистики;
- утилизация тары бракованной продукции;
- управление мощностями сервисного оборудования;
- оценка потребностей в сервисе и планирование сервисной сети

3. Транспортировка:

- выбор экспедиторской или транспортной организации, маршрута и тарифов, вида транспортного средства;
- обеспечение технологического процесса перевозки товаров (погрузка, перевозка товаров с производственного склада готовой продукции на распределительный склад, разгрузка и передача товаров заказчику)

4. Организация складской деятельности:

- определение количества и места расположения складов, размера и архитектуры склада;
- выбор системы складирования

5. Управление технологическим процессом складирования:

- формирование складской грузовой единицы;
- организация разгрузки и приемки товаров, внутрискладской транспортировки (перемещение между различными зонами склада), складирования и хранения запасов

6. Управление товарными запасами:

- контроль наличия запасов товаров на складе, осуществляемый через информационную систему

7. Получение и эффективная обработка заказов:

- определение процедур приема заказов от клиентов и предоставление им информации о текущем состоянии заказа;
- подтверждение приема заказов и уведомление об отправке;
- выделение запасов под заказ;
- оформление документов на формирование грузовых отправок

8. Подготовка товарных потоков к генерации (к началу перемещения):

- сортировка, комплектация, упаковка и ряд других логистических операций

9. Организация рациональной отгрузки и управление доставкой:

- отгрузка может осуществляться со склада или прямо из производственного цеха;
- доставка может сопровождаться или контролироваться с помощью средств навигации

10. Сбор и обработка необходимой информации и создание телекоммуникационной сети.

- **Предметом изучения** в распределительной логистике является организация рационального процесса перемещения продукта от производителя к конечному потребителю, а также управление им.
- **Объектом изучения** в логистике распределения является материальный и сопутствующие ему информационный, финансовый и сервисный потоки на стадии движения от поставщика к потребителю (с учетом возвратных потоков).

3. Задачи распределительной логистики

Состав задач распределительной логистики делится на два уровня — задачи **внутренней** (на уровне предприятия) и **внешней** распределительной логистики.

Внутренняя распределительная логистика (микрологистика) решает задачи:

- формирование портфеля заказов на предприятии, планов загрузки производства и ассортиментной поставки с учетом сроков, объемов выпуска продукции и направлений ее доставки;
- участие совместно с другими подразделениями в составлении квартальных и месячных производственных заданий для отдельных производственных участков;
- разработка на основе изучения требований потребителей рекомендаций по изменению планов производства, повышению качества продукции и обслуживания потребителей;

- заключение договоров поставки и контроль за их выполнением;
- организация отгрузки продукции со склада (сортировка, комплектация, маркировка, упаковка, подготовка к отгрузке партий, мониторинг графиков отгрузки и доставки товаров);
- планирование организации работы склада готовой продукции, транспортного хозяйства, использования складского и подъемно-транспортного оборудования;
- организации доставки и контроля за транспортировкой;
- мониторинг состояния запасов готовой продукции;
- организации послереализационного обслуживания;
- организация участия в работе выставок и ярмарок, разработке прайсов, спецификаций, каталогов, рекламных акций.

Задачи внешней распределительной логистики (макрологистики) :

- выбор архитектуры канала распределения;
- организацию работы с участниками канала распределения (торговыми посредниками);
- выбор стратегии распределения готовой продукции;
- выбор стратегии ценообразования;
- организацию мероприятий по продвижению продукции предприятия на рынок;
- контроль за состоянием рынка продукции предприятия и анализ позиции продукции в целевых сегментах;
- работу с клиентами и организаций послепродажного обслуживания.

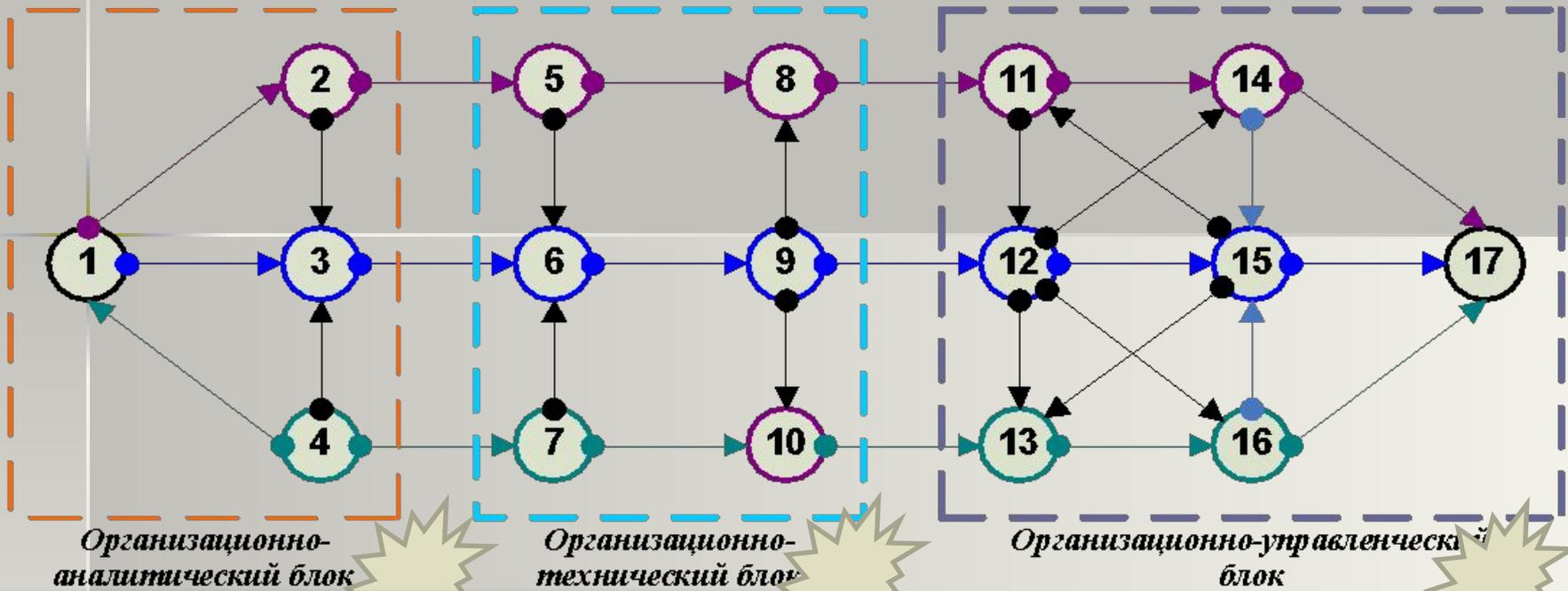
На современном этапе макрологистика решает более масштабные задачи, важнейшими из которых являются:

- Размещение трансформационных центров на логистическом полигоне.
- Формирование рациональных логистических цепей с целью эффективного управления потоковыми процессами.

Обобщить задачи можно, выделив 3 основные группы:

- 1. Максимизация прибыли предприятия при наиболее полном удовлетворении спроса потребителей.
- 2. Эффективное использование производственного аппарата предприятия за счет оптимальной загрузки производственных мощностей заказами потребителей.
- 3. Рациональное поведение на рынке с учетом его постоянно меняющейся конъюнктуры.

Сетевая логистическая модель процесса сбыта



Организационно-аналитический блок.

Включает события с **1-го по 4-е**. Обеспечивает комплекс операций по исследованию рынка (преимущественно изучение спроса потребителей на товар и услуги предприятия).

Организационно-технический блок.

Включает события с **5-го по 10-е**. Обеспечивает комплекс операций по созданию материально вещественных условий сбытовой деятельности.

10 — стимулирование сбытовиков и перепродавцов

Организационно-управленческий блок.

Включает события с **11-го по 17-е**. Обеспечивает комплекс операций по управлению сбытовой деятельностью (планирование, оценка, контроль и регулирование деятельности всех участников сбытового процесса).

17 — удовлетворение платежеспособного спроса потребителей и получение прибыли

Логическая последовательность формирования и функционирования данной модели образует взаимосвязанные блоки событий.

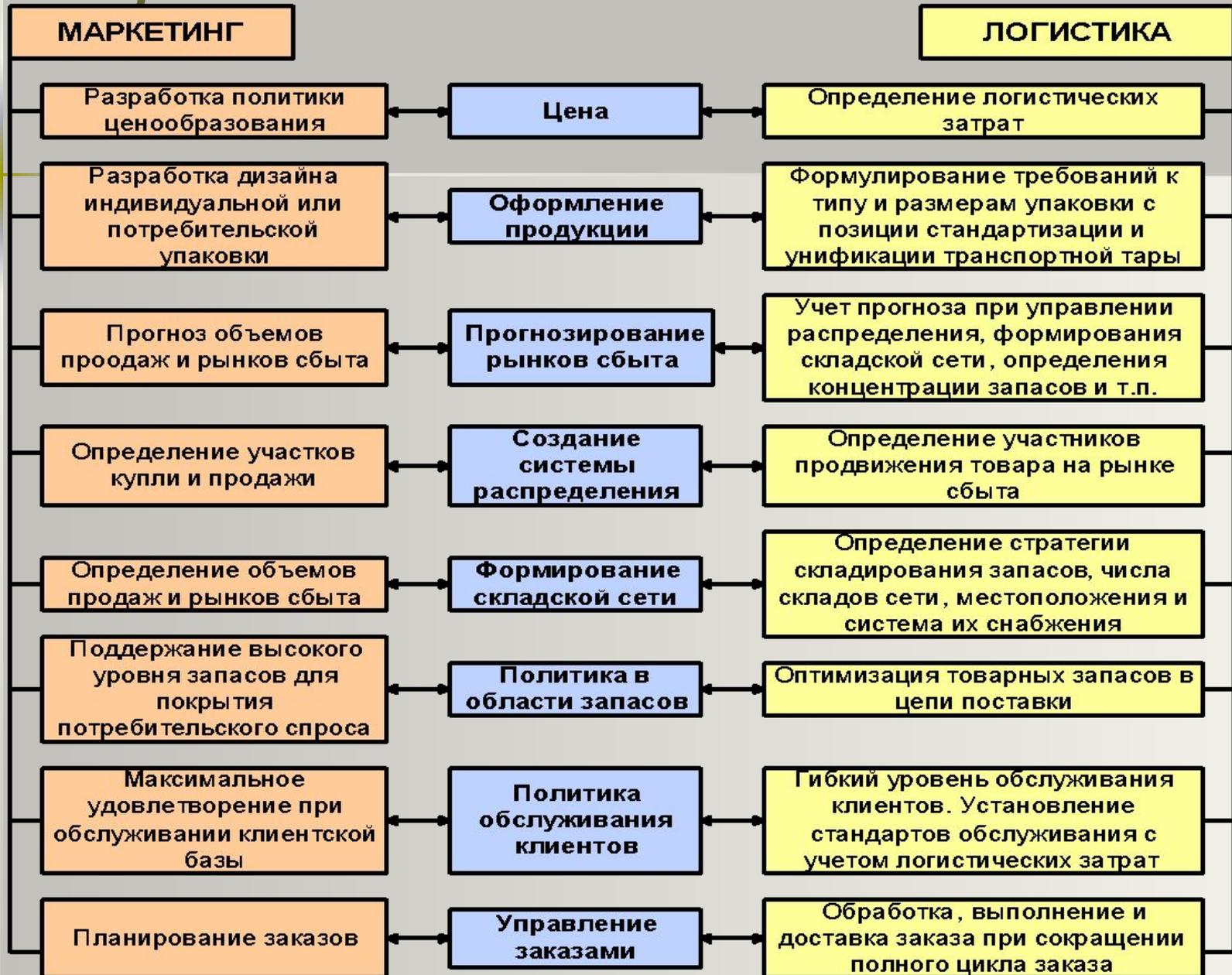
К основным понятиям, используемым в распределительной логистике, относятся:

- **логистический канал**
- **логистическая цепь**
- **логистическая сеть**
- **логистический процесс**
- **логистические посредники**
- **управление заказами**
- **управление поставками**
- **управление логистическим сервисом**

4. Взаимосвязь и различие концепций логистики и маркетинга

- **Сущность концепции маркетинга** заключается в управлении (планировании, организации и контроле) производством, продвижением на рынок и реализацией продукции, ориентированной на спрос (на нужды потребителей продукции).
- **Сущность концепции логистики** заключается в управлении (планировании, организации и контроле) материальными, информационными и иными потоками, ориентированными по физическому перемещению продукции внутри предприятия и во внешней среде с целью удовлетворения потребностей потребителей в транспортно-экспедиционных услугах и снабженческо-сбытовых работах на эффективное использование потенциальных возможностей, средств и усилий для решения комплекса задач

Основные области взаимодействия логистики и маркетинга



5. Логистические концепции управления процессами распределения

- «Толкающая» («выталкивающая») система (push system) подразумевает централизованный контроль запасов производителем, который, предвидя будущий спрос с мест, определяет количество и время отгрузки товара и осуществляет его «проталкивание» в расчетных количествах.
- «Тянущая» («вытягивающая») система (pull system) отдает инициативу низовым звеньям – складам, которые «вытягивают» товары с основного склада при возникновении потребности и не обмениваются запасами с другими складами. Это системы управления ТЗ с децентрализованным процессом принятия решений в отношении пополнения запасов и стратегии сбыта, осуществляющие опережающее (по отношению к формированию ТЗ) стимулирование спроса на конечную продукцию.

Варианты толкающих и тянущих систем

<i>Толкающие (push system)</i>	<i>Тянущие (pull system)</i>
<p style="text-align: center;">DRP/ DRP II (Distribution Requirements / Resource Planning) – система планирования распределения продукции/ресурсов</p> <p style="text-align: center;">Sales & Operation Planning – планирование продаж и операций</p>	<p style="text-align: center;">DDT (Demand driven techniques) – технология реагирования на спрос и ее модификации:</p> <p style="text-align: center;">ROP (Rules Based Reorder) – управление запасами, основанное на точке заказа (перезаказа)</p> <p style="text-align: center;">CR (Continuous Replenishment)</p> <p style="text-align: center;">QR (Quick Response) – быстрого реагирования</p> <p style="text-align: center;">AR (Automatic Replenishment) – автоматического пополнения запасов</p> <p style="text-align: center;">ERP (Enterprise Resource Planning) - Интегрированное планирование всех бизнес-ресурсов предприятия и ее модуль:</p> <p style="text-align: center;">SCM (Supply Chain Management) – управление цепями поставок</p> <p style="text-align: center;">CSRP (Customer Synchronized Resource Planning) –планирование ресурсов в зависимости от потребностей клиент</p>

Спасибо за внимание!