

РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА

Ходыкин
ОДЛ 1-17

Распределительная логистика – это комплекс взаимосвязанных функций реализуемых в процессе распределения материального потока между различными оптовыми покупателями.



**Цель распределительной логистики—
доставка товара в нужное время в нужное
место с минимальными затратами.**



Задачи распределительной логистики можно рассматривать на макро и микро-уровнях.

На микро-уровне распределительная логистика решает следующие задачи:

- Планирование процесса реализации;
- - Организация получения и обработки заказа; Выбор вида упаковки и тд.

На макро-уровне распределительная логистика решает следующие задачи:

- Выбор схемы распределения потока;
- Определение оптимального количества центров на обслуживаемой территории и тд.



ВИДЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Производственное потребление – это использование общественного продукта на производственные нужды в качестве средств и предметов труда.

Непроизводственное потребление – это использование общественного продукта на личное потребление и потребление населения в учреждениях и предприятиях непроизводственной сферы.



ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ

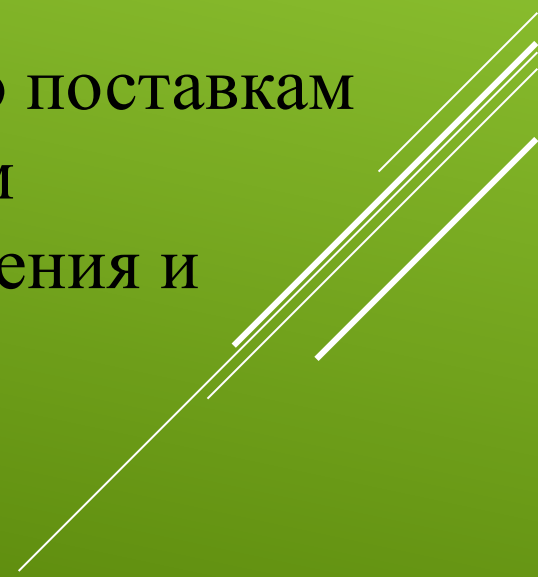
Основные этапы распределительной логистики состоят из распределения:

заказов между поставщиками при покупке товаров

грузов непосредственно по местам их хранения при поступлении на предприятие

фактических запасов между различными участками производства, материальных потоков в ходе продажи

ФУНКЦИИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ

- Выгодные распределение
 - Реализация и продажа
 - Определение потребительского спроса и организация его удовлетворения
 - Сортировка и размещение запасов готовой продукции
 - Установление хозяйственных связей по поставкам товаров и оказание услуг потребителям
 - Выбор оптимальных форм товародвижения и организации торговли.
- 

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ КАНАЛЫ И ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СЕТИ



Логистический канал - структура, которая представляет собой частично упорядоченное множество элементов логистической системы и осуществляет доставку материального потока от производителя к потребителю.

Основные характеристики логистического канала:

количество уровней логистического канала между производителем и потребителем, количество независимых торговых посредников на каждом уровне распределения продукции



ПОСРЕДНИКИ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ КАНАЛАХ

При формировании логистического канала в первую очередь необходимо определиться, с какими типами посредников будет происходить работа.

Дилеры - оптовые посредники, которые ведут операции от своего имени и за свой счет. Товар приобретается по договору поставки.

Дистрибьюторы - оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет.

Комиссионеры - оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени и за счет производителя.

Брокеры - посредники при заключении сделок. Брокеры не являются собственниками продукции и не распоряжаются ей.

Агенты - посредники, выступающие в качестве представителей или помощников другого лица.

ПОСРЕДНИКИ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ КАНАЛАХ

При выборе оптовых посредников промышленные фирмы принимают во внимание целый ряд факторов –

заинтересованность посредников во взаимоотношениях с производителем,

хорошее знание оптовиком товара, надежность положения оптового посредника в данной отрасли,

наличие у посредника складских емкостей, желание посредника хранить у себя запасы продукции,

прочность финансового положения посредника, обоснованность цен оптовика и другие прочие факторы.



ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ

- 1) Максимальное приближение к точкам сбыта;
- 2) Для наиболее эффективного решения задачи распределения, необходимо использовать минимальное количество учетно-договорных единиц (у.д.е – логическая единица с определенными характеристиками – вес, габариты, прочность);
- 3) Если нельзя избежать создания стационарного склада, то он должен располагаться в логистической цепи в центре консолидации (центр консолидации – место группировки готовой продукции или разделения на части).

