

- **Распределительная логистика.
Функции и задачи.**

Понятие распределительной логистики

- Термин «распределение», использованный в названии изучаемой функциональной области логистики, имеет широкое применение как в науке, так и в практике.
- В логистике под распределением понимается физическое, осязаемое, вещественное содержание этого процесса. Закономерности, связанные с распределением прав собственности, здесь также принимаются во внимание, однако не они являются основным предметом исследования и оптимизации.

- **Главным предметом изучения** в распределительной логистике является рационализация процесса физического распределения имеющегося запаса материалов. Как упаковать продукцию, по какому маршруту направить, нужна ли сеть складов (если да, то какая?), нужны ли посредники — вот примерные задачи, решаемые распределительной логистикой.

Распределительная логистика

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

- Объект изучения в распределительной логистике — материальный поток на стадии движения от поставщика к потребителю.
- Предмет изучения — рационализация процесса физического продвижения продукта к потребителю.

Задачи распределительной логистики на микроуровне

- 1. планирование процесса реализации;
- 2. организация получения и обработки заказа;
- 3. выбор вида упаковки, принятие решения о комплектации, а также организация выполнения других операций, непосредственно предшествующих отгрузке;
- 4. организация отгрузки продукции;
- 5. организация доставки и контроль за транспортированием;
- 6. организация послереализационного обслуживания.

Задачи распределительной логистики на макроуровне

- 1. выбор схемы распределения материального потока
- 2. определение оптимального количества распределительных центров (складов) на обслуживаемой территории;
- 3. определение оптимального места расположения распределительного центра (склада) на обслуживаемой территории;
- 4. ряд других задач, связанных с управлением процессом прохождения материального потока по территории района, области, страны, материка или всего земного шара.

Для решения каждой перечисленной задачи и всех вместе взятых необходимо придерживаться правил, которые можно свести к следующему:

- Результаты и ресурсы существуют только вне распределительной логистики.
- Результатов распределительной логистики можно достичь путем использования возможностей, а не решением проблем.
- Ресурсы следует направлять на использование возможностей предприятия и рынка.
- Учитывая законы рынка и потребности потребителей путем установления подлинного лидерства на рынке можно достичь высоких результатов распределительной логистики.
- Главной проблемой распределительной логистики является постоянный поиск новой рыночной ниши или новых форм организации продвижения товара на рынок, так как если не предпринимать дополнительных усилий, вероятно появление тенденции к саморазрушению распределительной логистики.
- Распределительная логистика, предоставленная сама себе, всегда функционирует неверно.

Для осуществления оптимизации распределительной деятельности необходимо учитывать следующие направления:

- -стимулирование сбыта,
- -осуществление собственно транспортно-распределительной деятельности
- -обеспечение технологической готовности фирмы к удовл. потребностей сбыта, включая создание портфелей технологий;
- -проведение комплекса интеграционных мероприятий, имеющих целью адекватное реагирование на колебания сбыта.

- Для применения рассмотренных правил необходима соответствующая внешняя среда и внутренняя организация, знание методов эффективной организации распределительной логистики. Эти методы можно разделить на две группы: методы моделирования и методы мотивации:
- *Методы моделирования* в распределительной логистике получили широкое применение в связи со сложностью бытовой деятельности и необходимостью ее логического моделирования.
- *Методы мотивации* направлены на развитие заинтересованности исполнителей путем формирования побудительных мотивов. Мотивация в общем случае – это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации. Все методы мотивации в распределительной логистике можно свести в две группы: материальные и социально-нравственные.

Оптимизировать распределение позволяет интеграция, которая активно воздействует на колебания рыночного спроса.

Способы интеграции:

- *Интеграция «вниз»* используется в том случае, если предприятие приобретает в собственность фирму-поставщика материальных ресурсов (исходного сырья). Таким образом оно гарантирует себе поставки материальных ресурсов в условиях возрастающего объема продаж и исключает перекупку этих ресурсов конкурентами.
- *Интеграция «вверх»* происходит в случае спада объема продаж, когда весь продукт или все предприятие целиком приобретается потенциальным покупателем. Это позволяет покупаемому предприятию-изготовителю обеспечить сохранение необходимого уровня продаж. При этом интеграция осуществляется на основании прогнозных маркетинговых исследований, когда уровень продаж фактически еще не понизился, хотя тенденция его к понижению уже обнаружена.

- *Горизонтальная интеграция* является результатом объединения двух и более одинаково ориентированных и выпускающих одну и ту же продукцию предприятий. Она ведет к улучшению использования ресурсов, ставших теперь общими, к целесообразному распределению заказов, к проведению единой ценовой политики, а также к увеличению доли интегрированной компании на рынке.
- В процессе *дезинтеграции* происходит разукрупнение крупных компаний. В основном это связано с вмешательством государственных органов по антимонопольной деятельности. При этом прежняя ориентация предприятий может либо сохраниться, либо измениться.