

О.В. Мясникова

Распределительная ЛОГИСТИКА



Для студентов учреждений
высшего образования

О.В. Мясникова

Распределительная ЛОГИСТИКА



*Допущено
Министерством образования
Республики Беларусь
в качестве учебного пособия
для студентов учреждений
высшего образования
по специальности «Логистика»*



Минск
«Вышэйшая школа»
2016

УДК 005.932(075.8)
ББК 65.40я73
М99

Рецензенты: кафедра «Экономика и логистика» Белорусского национального технического университета (заведующий кафедрой доктор экономических наук, профессор *Р.Б. Ивуть*); доцент кафедры логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» кандидат экономических наук, доцент *Т.М. Розина*

Все права на данное издание защищены. Воспроизведение всей книги или любой ее части не может быть осуществлено без разрешения издательства.

Мясникова, О. В.

М99 Распределительная логистика: учеб. пособие / О. В. Мясникова. — Минск : Вышэйшая школа, 2016. — 382 с. : ил.

ISBN 978-985-06-2658-5.

Изложены содержание, задачи и функции распределительной логистики. Рассмотрены теоретические основы распределения товаров, каналы дистрибуции, логистические цепи. Раскрыты сущность и значение логистических центров в логистической системе Республики Беларусь. Приведены практические задания и материалы для контроля знаний.

Для студентов учреждений высшего образования по специальности «Логистика». Будет полезно магистрантам, аспирантам, преподавателям и специалистам предприятий и организаций.

УДК 005.932(075.8)
ББК 65.40я73

ISBN 978-985-06-2658-5

© Мясникова О.В., 2016
© Оформление. УП «Издательство
“Вышэйшая школа”», 2016

ПРЕДИСЛОВИЕ

Распределительная логистика является неотъемлемой частью общей логистической системы, обеспечивающей наиболее эффективную организацию распределения готовой продукции.

Распределительная логистика исследует функции и операции с материальными и нематериальными потоками в процессе доведения готовой продукции до потребителя. Прежде всего это деятельность, связанная с выбором канала распределения, его проектированием, созданием и управлением им. Кроме того, это деятельность, направленная на организацию физического прохождения материального потока — товародвижение.

С учетом указанных аспектов экономическая сущность распределительной логистики определяется как комплекс функций, связанных с процессом доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего.

Учебное пособие охватывает два теоретических раздела курса: «Распределение товаров» и «Логистика распределения».

В первом разделе курса рассматриваются вопросы распределения товаров, раскрывающие маркетинговый подход к содержанию политики распределения. Излагаются сущность распределения товаров и основные варианты каналов распределения, основные формы прямых и косвенных каналов распределения, проблема выбора каналов распределения и роль основных участников при определении приемлемых вариантов. Раскрываются роль государственного регулирования каналов распределения, значение оптовой и розничной торговли и особенности их функций и организации. Уделено внимание таким формам распределения товаров, как кооперированные поставки и комплектование строек оборудованием, посылочная и комиссионная торговля, встречная торговля, ярмарочная, биржевая и аукционная торговля, лизинг и франчайзинг. Эта часть является необходимой основой для изучения современных проблем распределительной логистики.

Во втором разделе рассматриваются содержание распределительной логистики и ее место в системе логистического управления. Представлены вопросы, раскрывающие сущность основных логистических бизнес-процессов в распределении, задачи, функции, основные понятия и концепции распределительной логистики. Приводится современный взгляд на каналы дистрибуции, логистические цепи и их характеристики, стра-

тегии в логистических каналах. Отражаются методология анализа и проектирования логистических каналов, методика создания логистической цепи. Раскрываются системный и процессный подходы к деятельности в сфере распределительной логистики: управление заказами, управление поставками, содержание анализа выполнения программы поставок, управление возвратным процессом. Исследуются вопросы управления логистическим сервисом, управления конфликтами в каналах дистрибуции. Излагается сущность логистических центров и возможности использования логистических подходов в торговле.

Теоретический материал дополняется заданиями для подготовки к практическим занятиям, тематикой рефератов, задачами для самостоятельного решения.

Значительное внимание уделено методическому обеспечению работы студентов-заочников в межсессионный период. Представлены задания и методические рекомендации по выполнению контрольной работы, включающей комплексную расчетную задачу.

При подготовке учебного пособия автор, основываясь на научных и учебных публикациях ряда исследователей, изложила вопросы курса, интегрируя современные представления о проблемах дисциплины на базе нормативно-правовых документов по вопросам государственного регулирования торговли, распределения товаров и логистики в целом. Отправной точкой для создания настоящего учебного пособия послужили результаты исследований Т.М. Розиной, нашедшие отражение в ряде статей и пособия «Распределительная логистика» (Минск, Вышэйшая школа, 2012 г.). В ходе работы над учебным пособием использовались также публикации И.И. Полешук, А.М. Гаджинского, Р.Б. Ивутья, Ю.М. Ельдештейна, П.В. Дроздова, Т.В. Алесинской, Б.А. Аникина и других исследователей, которые вошли в список литературы. При подготовке лекционных материалов ряд идей возник после изучения электронных изданий учебных материалов свободного доступа с сайтов, посвященных вопросам логистики и дистрибуции.

Учебное пособие разработано для студентов, обучающихся по специальности 1-26 02 05 «Логистика». Оно будет полезно для студентов и магистрантов иных специальностей управленческого профиля, в сферу профессиональной деятельности которых входят организация, планирование и управление товародвижением.

ВВЕДЕНИЕ

Среди базисных активностей, определяющих коммерческий успех организации на рынке, главная роль принадлежит сбыту произведенной продукции. Основной проблемой сбыта в рыночной экономике является максимизация объема продаж в условиях жесточайшей конкуренции.

Следует отметить, что проблемами распределения продукции как комплексной функцией занимаются пять научных дисциплин: коммерция, торговля, маркетинг, сбыт и логистика. При этом четкое разграничение блоков научных дисциплин, связанных с доведением продукции до конечного потребителя, отсутствует. Тенденция объединения различных разрозненных функций, касающихся распределения произведенного продукта, в единую функцию управления привела к выделению в логистике отдельного направления — логистики распределения.

Распределительная логистика — это наука о планировании, организации, контроле и регулировании функций и операций с материальными и нематериальными потоками в процессе доведения готовой продукции до потребителя.

Логистика распределения в комплексе охватывает управленческие решения о формировании и оптимизации различных форм деятельности, касающихся физического перемещения готовой продукции и товаров.

Объектом исследования выступают материальный и сопутствующие ему потоки на стадии движения от производителя до конечного потребителя.

Предметом изучения является управление на последнем этапе товародвижения, но в системной взаимосвязи с предыдущими этапами. Так, распределительная логистика нацелена увязать процесс реализации (сбыта) с процессами производства и закупок, призвана обеспечить сквозное управление, реализовав маркетинговый подход в управлении материальными потоками.

Цель изучения — сформировать у студентов целостное и глубокое представление о концепции и методологии решения задач распределения готовой продукции на основе системного и процессного подходов.

Задачи курса — обучить студентов основам логистической организации распределения готовой продукции производственных субъектов хозяйствования и товаров в торговых системах,

привить навыки, связанные с анализом и проектированием систем распределения на основе изучения и прогнозирования спроса.

Распределительная логистика является относительно молодой наукой, ее терминология постоянно изменяется, наполняется новым содержанием. Термин «распределительная логистика» рассматривается как наука, как концепция управления и как вид деятельности.

Распределительная логистика как наука является частью логистики с определенным объектом исследования. Область исследований в распределительной логистике охватывает логистические проблемы в сбыте товаров — продвижении (доведении) готовой продукции до потребителя в соответствии с его требованиями. В логистике «продвижение» имеет более широкий смысл, чем в маркетинге, поскольку касается не только продукции, но и логистических функций и операций, которые направлены на удовлетворение потребностей потребителей.

Продвижение готовой продукции до потребителя как задача, поставленная перед логистической системой и (или) ее звеньями, разбивается на отдельные группы действий — логистические операции. В свою очередь, операции, направленные на реализацию поставленной задачи, объединяются в *логистические активности*, как отмечают Б.А. Аникин и Т.А. Родкина [81]. Распределительная логистика исследует такие ключевые логистические активности, как дистрибуция и физическое распределение. Хотя эти две логистические активности зачастую отождествляются, прослеживается тенденция к расширительному толкованию дистрибуции в смысле включения в ее сферу дополнительных функций по продаже продукции и сервису.

Дистрибуция является ключевой логистической активностью, охватывающей большое число комплексных активностей (транспортировка, складирование, защитная упаковка, грузопереработка, управление запасами), которые, в свою очередь, охватывают элементарные активности (погрузка, разгрузка, затаривание, перевозка, экспедирование, хранение, сортировка, комплектация, консолидация).

Распределительная логистика как концепция управления рассматривает в качестве объектов управления те предприятия и их объединения, которые образуют каналы товародвижения. Она основана на рациональном использовании систем концентрации и распределения продукции и услуг, их доведения до конечного потребителя.

Распределительная логистика как вид деятельности относится к коммерции — процессу организационно-технического и социально-экономического взаимодействия хозяйствующих субъектов по поводу организации распределения и обмена продукцией и услугами на эквивалентной основе. Распределительная логистика охватывает процессы планирования, организации, контроля, анализа, регулирования и стимулирования процессов реализации, перемещения и хранения продукции и товаров, а также связанных с ними информационных, правовых и финансовых процессов.

Распределительная логистика воплощает в реальность достигнутые в ходе торга договоренности хозяйствующих субъектов по поводу распределения и обмена продукцией и услугами, обеспечивает относительную стабильность функционирования за счет эффективного управления логистическими потоками.

Логистика призвана интегрировать и систематизировать взаимосвязь всех функций внутри самого распределения, комплексно решая вопросы проектирования каналов распределения, организации совместной работы их участников, управления издержками, заказами, поставками, грузопереработкой, упаковкой, хранением товаров, транспортно-перемещающими работами, сервисом и продвижением товаров и услуг.

Объединение отдельных функций, а также соответствующей информации в единую общесистемную функцию управления призвано обеспечить повышение эффективности функционирования всех участников логистической системы.

Выделяют следующие **принципы распределительной логистики** [82]:

- координация всех процессов товародвижения, начиная от заключительных операций товаропроизводителя и заканчивая сервисом потребителя;
- интеграция всех функций управления процессами распределения (целеполагание, планирование, организация, стимулирование, контроль);
- адаптация коммерческого, канального и физического распределения к постоянно меняющимся требованиям рынка;
- системность управления распределением и обеспечения его целостности, взаимозависимости всех элементов сбытовой деятельности в решении совокупности проблем, связанных с удовлетворением платежеспособного спроса покупателей;
- оптимальность решений, их принятие на основе анализа и выбора вариантов, наиболее эффективных по установленно-

му целевому показателю с учетом системы ограничений внешней и внутренней среды.

Распределительной логистике присущи следующие **свойства** [82]:

- эмерджентность — способность порождать системный эффект от оптимальной координации деятельности всех элементов коммерческого, канального и физического распределения;
- синергизм — способность получать свойства системы, которыми не обладают ее элементы в отдельности;
- конгруэнтность — свойство, проявляющееся в соразмерности элементов системы между собой и в соответствии с целями системы.

Элементами системы распределения выступают участники распределения: производители, торговые посредники (оптовики, дистрибьюторы, ритейлеры), а также перевозчики, складские фирмы, организаторы-посредники. Их объединение в систему или, используя термин логистики, цепь поставок (Supply Chain) позволяет им работать как единый организм сообща и получать конкурентное преимущество. Но интеграция участников цепей поставок — процесс очень сложный, поскольку каждое звено цепи поставок остается обособленным бизнесом даже при наличии системы интеграции. Основная проблема, возникающая при этом, — это недоверие, нежелание раскрывать информацию о себе.

Значимость распределительной логистики определяется тем, что улучшение работы в сфере распределения товаров не требует значительных инвестиций, как, например, инновационная деятельность и освоение выпуска нового вида продукции. При этом логистика обеспечивает высокую конкурентоспособность поставщика за счет снижения издержек обращения, сокращения времени выполнения заказа, соблюдения согласованного графика поставок, умения правильно организовать логистический процесс.

Основными функциями логистического менеджмента распределения (дистрибуции), как считает Ю.Г. Лебедев, являются [78]:

- построение организационной структуры дистрибутивных каналов и сетей;
- дислокация дистрибутивных центров (баз, складов) и других звеньев логистической сети в дистрибутивных каналах;
- передача прав собственности на продукцию;

- ценообразование;
- транспортировка продукции, возвратной тары и отходов;
- складирование, хранение и грузопереработка продукции в складской системе;
- управление запасами, консолидация и рассредоточение товаров;
- обеспечение сохранности и защиты товаров, страхование рисков;
- поддержание стандартов качества продукции и логистического сервиса;
- мониторинг и информационно-компьютерная поддержка логистических активностей в дистрибуции и т.д.

Все операции, связанные с преобразованием непосредственно материального потока участниками распределения товаров, составляют ключевую логистическую активность — физическое распределение. Для осуществления указанных активностей создаются и функционируют организации транспорта и логистической инфраструктуры.

Цель любого производителя — доставить товар как можно ближе к конечному потребителю. Преимущество на рынке имеют те организации, бизнес-процессы которых обеспечивают удовлетворение спроса с высокой оперативностью, наиболее гибким и надежным способом. На переполненном одинаково выглядящими товарами рынке потребитель две трети решений о покупке принимает непосредственно в местах продаж исходя из присутствующего там ассортимента. В результате наличие товара на полке часто одерживает победу над приверженностью определенному бренду. Очевидно, что своевременная поставка либо, в крайнем случае, оперативная ликвидация дефицита зачастую оказывается важнее бренда. В решении проблемы своевременности и надежности поставок ведущую роль играет эффективность работы транспортно-логистической инфраструктуры.

Транспортно-логистическая инфраструктура — технологический комплекс, предназначенный для организации движения товаров и оказания транспортно-логистических услуг [155]. В составе комплекса можно выделить транспортную, терминально-складскую, информационно-сетевую части.

Трансграничная роль *транспортной сети* Беларуси определяется ее расположением на перекрестке важнейших транспортных маршрутов, связывающих государства Западной Европы с Востоком, регионы Черноморского побережья со стра-

нами Балтийского моря. По данным справочника «Транспорт и логистика Республики Беларусь 2014» [163] транспортный комплекс ежедневно осуществляет перевозки 1,2 млн т грузов на расстояние 282 км, а зона доставки грузов в течение 24 ч охватывает более 350 млн потребителей (рис. В.1).



Рис. В.1. Роль транспорта в обеспечении внутренних и транзитных потоков [163]

Территорию Беларуси пересекают 2 трансевропейских транспортных коридора, определенных по международной классификации под номером II (Запад – Восток) и под номером IX (Север – Юг) с ответвлением IXB, что повышает ее транзитный потенциал в регионе «Балтийское море — Таможенный союз», как отмечают исследователи проекта «Логистика Янтарного побережья» (Amber Coast Logistics (ACL) [105].

Автомобильная дорога М1/Е 30 (Брест – Минск – граница Российской Федерации) является участком трансевропейского транспортного коридора II (Берлин – Варшава – Минск – Москва – Нижний Новгород), соединяющего Германию, Польшу, Беларусь и Россию. Этот транспортный коридор определен Европейским союзом как высший приоритет среди трансевропейских транспортных коридоров в связи с важным значением проходящих по нему торговых потоков между Востоком и Западом. Протяженность его по территории республики составляет 610 км. Интенсивность движения на отдельных участках этой автомобильной дороги достигает 8500–10 000 автомобилей в сутки.

Автомобильная дорога М8/Е95 (граница Российской Федерации – Витебск – Гомель – граница Украины) пересекает территорию республики с севера на юг, имеет протяженность 456 км и является участком трансевропейского транспортно-

го коридора IX, который соединяет Финляндию, Литву, Россию, Беларусь, Украину, Молдову, Румынию, Болгарию и Грецию. Ответвление этого коридора IXB (Гомель – Минск – Вильнюс – Клайпеда – Калининград) имеет протяженность по территории Беларуси 468 км и обеспечивает выход грузовладельцев из областей Восточной Украины и Центральной России к специализированным морским портам Клайпеды, Вентспилса и Калининграда.

Ежегодно через территорию Беларуси проходит более 100 млн т европейских грузов. В то же время транспортный потенциал Беларуси до конца не реализован: транспортные коридоры республики имеют загрузку не более чем на 25–40% от их реальной пропускной способности. С развитием производства и перемещением предприятий в глубь страны перед китайским бизнесом все более остро встает проблема доставки своей продукции на европейские рынки. Подвоз товаров к портовым городам и транспортировка их через половину земного шара занимает до 60 дней, что для новомодных гаджетов и многих других потребительских товаров составляет целую вечность. В то же время поезд из западного Китая до Германии через Казахстан, Россию, Беларусь и Польшу идет всего 14 дней. Инвестиции в развитие транспортной сети позволят сократить время в пути до 10 дней [184]. Потенциал транспортно-логистической системы может быть реализован как в ходе сотрудничества Беларуси и стран Восточного региона ЕС, так и при реализации китайских проектов интеграции «Экономический пояс нового “шелкового пути”» и «морской “шелковый путь” XXI в.» [67].

В составе *терминально-складской инфраструктуры* работают многочисленные склады и терминалы субъектов хозяйствования. Значительный интерес представляют логистические центры. По состоянию на 9 января 2015 г. в Республике Беларусь функционируют 34 логистических центра [43]. По результатам исследования Д. Курочкина [75], задачи распределения товаров решаются центрами в разной мере: 7 крупнейших центров оказывают комплексные логистические услуги (услуги уровня 3PL), 8 – специализируются на обработке внутренних грузопотоков, 8 – обслуживают в основном собственные грузопотоки, 4 – преимущественно сдают складскую недвижимость в аренду. Общая площадь складов класса «А» и класса «В» логистических центров составляет более 450 тыс. м², из них площадь складов общего пользования достигает 363 тыс. м², складов временного

хранения и таможенные склады — 50 тыс. м², низкотемпературных складов и складов-холодильников — 22 тыс. м². К концу 2015 г. ожидается увеличение площади складов класса «А» и класса «В» логистических центров на 190 тыс. м², что составит более 640 тыс. м².

Роль складской недвижимости в решении задач распределения товаров заключается в обеспечении экспорта и поставок внутри страны через строительство дистрибьюторских центров крупных производителей в пищевой промышленности, использование крупными сетевыми ритейлерами продовольственной и непродовольственной розницы складских комплексов в качестве распределительных центров и обеспечение своих объектов товарами. Значимым является развитие крупных логистических комплексов для перевалки грузов в трансграничных направлениях, расширение объемов и направлений складского провайдинга (услуги ответственного хранения и грузопереработки), а также его объединение с доставкой в единый пакет.

Информационно-сетевую часть инфраструктуры представляют организации автоматизации и информационной поддержки распределения готовой продукции и товаров, а также интернет-платформы, выполняющие функции виртуального логистического оператора.

Организации информационной поддержки распределения готовой продукции и товаров предоставляют услуги по внедрению программных продуктов и автоматизации:

- интегрированной системы сквозного планирования от закупок до продаж по всей цепи поставок (SCM);
- системы управления продажами (CRM);
- системы оптимизации управления ассортиментом (НСИ);
- системы управления запасами и закупками (VMI);
- системы управления транспортом (TMS), охватывающей расчет маршрута и транспортных расходов, слежение за автотранспортом в режиме реального времени (Tracking), телематические услуги;
- системы управления складом (WMS);
- системы логистической отчетности (BI), учетной системы логистики, планирования, продажи, закупки, доставки, сервиса клиентов;
- системы имитационного и технико-экономического моделирования логистических процессов и функций.

Интернет-платформы выполняют функции виртуального логистического оператора и используются для:

- биржевых торгов в сети с удаленным доступом — обеспечивают процедуры участия в биржевых торгах и совершения биржевых сделок в Торговой системе биржи с удаленных рабочих мест трейдеров (<http://www.butb.by>);

- размещения конкурсных заявок — электронная торговая площадка биржи, которая обеспечивает процедуры по осуществлению государственных закупок в форме электронных аукционов и запросов ценовых предложений (<http://www.butb.by>), а также интернет-платформы для онлайн-тендеров на транспортные перевозки, складские, экспедиторские и иные услуги (<http://www.timocom.ru>, <http://www.transinfo.by>).

Эффективность использования транспортно-логистического потенциала и высокая загрузка созданных объектов складской недвижимости и инфраструктуры могут быть обеспечены за счет более активного развития «длинных» услуг — управления цепями поставок, запасами, потоками. Принятие логистическими компаниями на аутсорсинг управления логистической цепочкой или хотя бы отдельной функцией крупной сети тормозится недостаточной компетентностью сотрудников логистических операторов. Решению этой проблемы, можно надеяться, будет способствовать настоящее учебное пособие.

РАЗДЕЛ I. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРОВ

Тема 1. Политика и каналы распределения товаров. Предмет и задачи курса

1.1. Сущность и значение распределения товаров

Распределение товаров в течение длительного времени является объектом исследования многочисленных ученых, внесших свой вклад в развитие теории распределения. Изучение большого количества источников, в частности [5, 15, 87, 156, 166, 179], показало, что в экономической науке отсутствует единая терминология в области распределения, сбыта, маркетинга и управления товародвижением. Многие ученые придерживаются мнения, что распределительные функции являются частью маркетинга, а понятия «сбыт», «распределение» и «дистрибуция» тождественны. Рассматривая основные положения теории распределения, А.П. Крачковский и С.В. Шишло выделяют несколько трактовок понятия *распределение* [134]:

1) составная часть национальной экономики, которая выполняет функцию связующего звена между производством и потреблением (Ж.Б. Сей, 1803 г.);

2) одна из функций процесса воспроизводства наряду с фазами производства, обмена (обращения) и потребления (К. Маркс);

3) процессы движения товаров в цепях поставок;

4) экономические взаимоотношения и формы участия коммерческих организаций в распределении результатов совместного процесса производства.

В теории распределения объект изучения — материальный поток на стадии движения от производителя к потребителю. Предмет изучения — рационализация процесса продвижения продукта к потребителю. С.И. Богданов и А.В. Петров трактуют распределение товаров как их перемещение из мест производства в определенной территориальной области сбыта через пункты продажи товаров к местам потребления [15]. В дополнение к перемещению в распределение включают и функции по продаже готовой продукции и сервису. В ходе данных работ возникают экономические отношения между их исполнителями — участниками системы распределения. Распределение

товаров как экономическая деятельность охватывает формирование органов сбыта, выбор форм, методов и каналов сбыта, их создание, обработку заказов потребителей, транспортирование, содержание складского хозяйства и обслуживание потребителей.

Т.М. Розина указывает, что значительное влияние на становление теории распределения товаров оказали следующие факторы [140]:

- 1) возникновение концепции общих затрат;
- 2) изменения в стратегии производства и системах товародвижения в связи с переходом от рынка продавца к рынку покупателя;
- 3) необходимость поиска оптимальных схем товародвижения, размещения элементов инфраструктуры, объемов поставок товаров и их запасов на всех этапах движения, а также наиболее рациональных схем маршрутов перевозок;
- 4) развитие транспорта, систем передачи и обработки информации, баз данных.

Под влиянием этих факторов складывается представление о необходимости системного и процессного подходов к управлению распределением. А для изучения вопросов организации рационального процесса перемещения готового продукта от производителя к конечному потребителю и управления этим процессом в общей логистической системе была выделена функциональная область — распределительная логистика.

Распределение товаров включает сферу решений и действий по предоставлению услуг потребителю в коммерческом, физическом и административном смысле, а его функциями являются определение и удовлетворение покупательского спроса, накопление и размещение запасов готовой продукции, установление хозяйственных связей по поставкам товаров и оказанию услуг потребителям, выбор рациональных форм товародвижения, как отмечают в своих исследованиях Д.Д. Костоглодов, Л.М. Харисова, Т.М. Розина [71, 140].

С учетом предмета изучения распределительную логистику можно рассматривать как деятельность:

- связанную с выбором логистического канала распределения, проектированием логистической цепи, созданием и управлением ею (институциональный аспект);
- направленную на организацию физического перемещения материального потока — товародвижение (функциональный аспект);

- ориентированную на исследование процессов планирования, организации, контроля и регулирования функций и операций с материальными и нематериальными потоками в процессе доведения готовой продукции до потребителя (административный аспект).

Процесс распределения — совокупность стадий, действий и методов по определению, выбору и привлечению потребителей, выявлению рациональных путей и средств поставки товаров согласно условиям договора, обоснованию способов и видов складирования этих товаров, как отмечает Г.Л. Багиев [7].

Под товародвижением в экономической литературе в основном понимают «процесс физического перемещения товара (продукта) от производителя до потребителя, сопровождающийся передачей релевантной информации и перераспределением финансовых средств участвующих в нем хозяйствующих субъектов», как указывают И.Б. Берман, В.В. Щербаков, А.П. Тяпухин и др. [14, 127, 166].

Товародвижение — деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением готовых изделий от мест их происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и выгодой для себя.

А.П. Тяпухин отмечает, что основные функции товародвижения состоят в осуществлении складирования, хранения, транспортировки, группировки, послепродажного обслуживания, совершения сделок [166]. Операции по доведению готовой продукции до потребителя в соответствии с его интересами и требованиями рассматриваются как комплекс процессов, осуществляемых с целью обеспечения выгоды для всех участников.

Понятие «распределение» объединяет регулирование всех производственных мероприятий, направленных на перемещение продукта в пространстве и времени от места производства (добычи) к месту потребления. Так, например, А.М. Гаджинский, рассматривая распределительную логистику, под распределением понимает «физическое, осязаемое, вещественное содержание этого процесса» [25]. Он также отмечает, что на всех этапах перемещения товара необходимо решать задачи распределительного характера, т.е. делить что-либо между кем-либо, например:

- распределяются заказы между различными поставщиками при закупке товаров;
- распределяются материальные запасы между различными звеньями распределения (региональные распределительные центры, базы, склады, магазины);
- распределяются грузы по местам хранения при поступлении на распределительные центры (склады);
- распределяются материальные потоки в процессе продажи и т.д.

С.И. Богданов отмечает, что каждый товар в распределительной системе обладает определенными параметрами, как-то: количество, качество, стоимость, место размещения к определенному времени [15]. По мере движения материального потока от производителя к потребителю первоначальные величины параметров товара изменяются как целенаправленно, так и под воздействием независимых факторов. Возникают отклонения — количественные, качественные, стоимостные, пространственные, временные. Поэтому необходимо обеспечивать достижение следующих целей распределения:

- 1) пространственное и временное наличие товаров для потенциальных потребителей;
- 2) соблюдение определенного времени доставки (скорость и пунктуальность);
- 3) надежность доставки (получение и полнота);
- 4) гибкость доставки (например, доставка в альтернативный пункт получения товара для решения проблемы снабжения потребителей);
- 5) гарантия получения товара определенного договором качества.

Цели распределения достигаются посредством выполнения комплексных функций: складирование, транспортирование, грузопереработка товаров и их партий (разгрузка, приемка на склад, размещение на хранение и уход за товаром на складе, объединение и разукрупнение партий, отборка и отгрузка товаров). Принимаются управленческие решения по организации и дальнейшей оптимизации:

- системы распределения (выбор участников и налаживание экономических и хозяйственных связей между ними);
- вида транспорта и транспортных путей;
- системы складирования (склады производителей, промежуточные центральные и региональные склады, склады с запасами и без них).

Проблемы распределения касаются преодоления расстояния между производителем и конечным потребителем продукта. На стратегическом уровне производитель делает выбор между прямым контактом с потребителем и включением промежуточных экономических единиц — торговых посредников. Задача производителя — добиться максимальной эффективности процесса распределения в целом при минимальных общих издержках. В ходе поиска компромисса между уровнем сервиса поставки для клиентов и затратами на поддержание этого сервиса принимается решение о передаче определенных процессов посредникам.

Таковыми процессами могут выступать *стадии распределения* [24]: прогнозирование, обработка заказов, управление запасами, хранение товаров на складе и обслуживание запасов, транспортировка.

Прогнозирование будущих продаж необходимо для контроля потока товаров, проходящих через систему распределения, поэтому фирма должна иметь точный прогноз спроса. К *обработке заказов* относятся несколько видов деятельности: проверка кредитоспособности заказчика, принятие решения о продаже, соответствующее бухгалтерское оформление, подготовка товара к отгрузке, регистрация изменений в составе запасов и оформление счета заказчику. *Управление запасами* предполагает расчет и поддержание необходимого объема товаров на складах, определение частоты пополнения товарных запасов, а также решение вопроса, каким образом распределить продукцию между заказчиками, если объем заказов превышает количество товаров, имеющееся на складе. *Хранение товаров на складе* типичного распределительного центра включает консолидацию товаров разных производителей в стандартные единицы грузоперевозки, их сортировку, снабжение кодированным ценником и отправление заказчиком. *Обслуживание запасов*, т.е. процесс перемещения товаров по «ступеням» физического распределения, охватывает выбор способа складирования товаров (в отдельных упаковках, на паллетах, в больших ящиках или опечатанных транспортных контейнерах), их периодический учет и инвентаризацию. *Транспортировка* в рамках физического распределения занимает значительное место и предусматривает управленческие решения по выбору способа транспортировки, вида транспорта и маршрута для перевозки товаров.

1.2. Политика распределения и ее задачи — стратегические и тактические

Политика распределения представляет собой действия предприятия по разработке и реализации комплекса мероприятий по доведению продукции до конечного потребителя.

Она нацелена на эффективное взаимодействие всех субъектов системы по обеспечению перемещения подготовленного для продажи конкретного товара определенного количества и качества в конкретное время и в установленное место. А.П. Тяпухин указывает, что содержание комплекса логистики развилось из комплекса маркетинга (рис. 1.1).

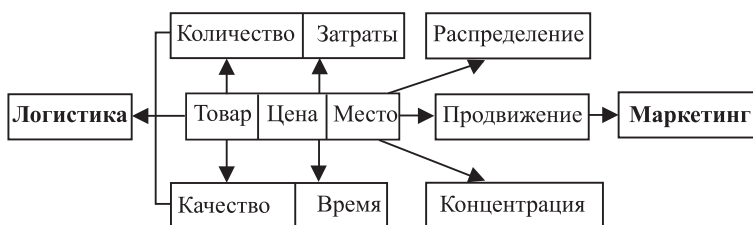


Рис. 1.1. Компоненты системы комплекса логистики [166]

Так, маркетинговые категории *товар, цена, место и продвижение* в логистике преобразовались в *количество и качество, затраты и время, распределение и концентрацию*, а продвижение охватывает не только *продажу*, но и *сервис*.

Задачи системы распределения товаров и услуг могут быть стратегическими и тактическими, как указывают Г.Л. Багиев и др. [7]. **Стратегические задачи** связаны с организационно-коммерческой функцией распределения, формированием и организацией каналов сбыта и физического перемещения товара к потребителю. Они включают прогнозирование и планирование перспективных потенциальных каналов сбыта, обоснование включения или не включения промежуточных звеньев (субъектов) на пути товара от производителя к потребителю, выбор оптимальных каналов сбыта, размещение складов (их функции, количество и емкость), разработку маркетинговых мероприятий по эффективному сопровождению товарных потоков от производителя к потребителю.

Таким образом, в политике распределения необходим комплекс решений и организационно-коммерческого характера (маркетинга), и логистики (табл. 1.1).

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
ВВЕДЕНИЕ	5
РАЗДЕЛ I. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРОВ	14
Тема 1. Политика и каналы распределения товаров.	
Предмет и задачи курса	14
1.1. Сущность и значение распределения товаров	14
1.2. Политика распределения и ее задачи — стратегические и тактические	19
1.3. Природа и функции каналов распределения	21
1.4. Традиционные каналы распределения и вертикальные маркетинговые системы	27
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	<i>32</i>
Тема 2. Формы распределения и их общая характеристика	33
2.1. Общая характеристика видов сбыта	33
2.2. Прямой сбыт и его участники	40
2.3. Косвенный сбыт и его участники	45
2.4. Контролируемый сбыт и его участники	49
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	<i>53</i>
Тема 3. Выбор каналов распределения	54
3.1. Проблема выбора при создании системы распределения ..	54
3.2. Роль участников системы распределения в выборе каналов	57
3.3. Критерии выбора оптимального варианта канала	64
3.4. Совершенствование каналов распределения. Формы воздействия на участников каналов распределения и стимулирования их деятельности	65
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	<i>70</i>
<i>Задачи для самостоятельного решения</i>	<i>71</i>
Тема 4. Государственное регулирование каналов распределения ..	72
4.1. Система государственного регулирования каналов распределения	72
4.2. Административные методы государственного регулирования	79

4.3. Экономические методы государственного регулирования .	82
4.4. Материальные балансы и их роль в регулировании распределения товаров	85
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	88
Тема 5. Оптовая и розничная торговля, их функции и особенности организации	89
5.1. Торговля: понятие, виды, формы	89
5.2. Сущность оптовой торговли и ее функции	92
5.3. Виды оптовых посредников	94
5.4. Сущность розничной торговли и ее функции	96
5.5. Классификация предприятий розничной торговли	97
5.6. Розничные предприятия услуг и их особенности	102
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	105
Тема 6. Кооперированные поставки и комплектование строек оборудованием. Лизинг и франчайзинг	105
6.1. Сущность и особенности кооперированных поставок	105
6.2. Сущность и особенности комплектования строек оборудованием	109
6.3. Лизинг	112
6.4. Франчайзинг	115
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	119
Тема 7. Встречная, биржевая и ярмарочная торговля	120
7.1. Встречная торговля	120
7.2. Биржевая торговля	126
7.3. Ярмарочная торговля	134
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	137
Тема 8. Аукционная, комиссионная и посылочная торговля	138
8.1. Аукционная торговля	138
8.2. Комиссионная торговля	142
8.3. Посылочная торговля	144
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	146
РАЗДЕЛ II. ЛОГИСТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ	147
Тема 9. Содержание распределительной логистики и ее место в системе логистического управления. Задачи и функции, основные понятия и концепции	147

9.1. Логистика и маркетинг	147
9.2. Распределительная логистика как часть общей логистической системы. Предмет исследований в распределительной логистике	149
9.3. Задачи распределительной логистики	152
9.4. Логистические процедуры как область исследований в распределительной логистике	153
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	155
Тема 10. Каналы дистрибуции и логистические цепи в распределительной логистике	155
10.1. Базовые понятия логистики распределения: сеть, каналы, цепь	155
10.2. Логистические посредники в дистрибутивных каналах (цепях)	166
10.3. Классификация логистических дистрибутивных каналов (цепей)	171
10.4. Реализация стратегий распределения в логистических дистрибутивных каналах (цепях)	174
10.5. Логистические концепции управления процессами распределения	179
10.6. Проблемы управления в логистических дистрибутивных каналах (цепях)	182
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	189
<i>Задачи для самостоятельного решения</i>	190
Тема 11. Методология анализа и проектирования логистических каналов. Методика создания логистической цепи	191
11.1. Проектирование и совершенствование логистических дистрибутивных каналов	191
11.2. Основные методы, применяемые при анализе и проектировании каналов	194
11.3. Основные этапы и процедуры на стадии проектирования каналов	200
11.4. Система показателей мониторинга канала дистрибуции ..	210
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	213
<i>Задачи для самостоятельного решения</i>	214
Тема 12. Управление заказами	216
12.1. Управление логистической деятельностью на этапе распределения: последовательность процедур	216

12.2. Управление заказами как функция распределительной логистики	217
12.3. Автоматизированные системы управления заказами	221
12.4. Контроль в управлении заказами	224
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	225
<i>Задачи для самостоятельного решения</i>	226
Тема 13. Управление поставками	227
13.1. Поставки и технология их осуществления	227
13.2. Задачи управления поставками в распределительной логистике	234
13.3. Планирование поставок	236
13.4. Организация поставок	238
13.5. Организация возвратных процессов	243
13.6. Анализ выполнения плана поставок и договорных обязательств	247
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	251
<i>Задачи для самостоятельного решения</i>	252
Тема 14. Конфликты в каналах дистрибуции и методы управления ими	255
14.1. Конфликты в каналах дистрибуции: понятие, виды и факторы, влияющие на их возникновение	255
14.2. Стратегии разрешения конфликтов	257
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	260
<i>Задачи для самостоятельного решения</i>	260
Тема 15. Управление логистическим сервисом	261
15.1. Значение и сущность логистического сервиса	261
15.2. Сервисный поток. Услуги и операции в логистическом сервисе	265
15.3. Формирование системы логистического сервиса. Концепции сервиса	269
15.4. Оценка уровня и качества логистического сервиса	276
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	283
<i>Задачи для самостоятельного решения</i>	284
Тема 16. Логистические центры. Логистика в торговле	285
16.1. Логистические центры и их виды	285
16.2. Формирование логистических центров в Республике Беларусь	289

16.3. Логистика в торговле	290
16.4. Проблемы развития логистики в торговле	298
<i>Методические рекомендации для практических занятий</i>	300

РАЗДЕЛ III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

301

Задания и методические указания по выполнению заданий управляемой самостоятельной работы для студентов очной формы обучения	301
Задания и методические указания по выполнению контрольной работы для студентов заочной формы обучения ..	306
Задания и методические указания по выполнению лабораторных работ	328

РАЗДЕЛ IV. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

341

Тесты для самоконтроля	341
Вопросы для подготовки к экзамену	346

ПРИЛОЖЕНИЯ

349

Приложение А	349
--------------------	-----

Приложение Б	362
--------------------	-----

ЛИТЕРАТУРА

366

Учебное издание

Мясникова Ольга Вячеславовна

РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА

Учебное пособие

Редактор *Л.Н. Макейчик*
Художественный редактор *Т.В. Шабунько*
Технический редактор *Н.А. Лебедев*
Корректор *О.И. Голденкова*
Компьютерная верстка *А.Н. Бабенковой*

Подписано в печать 15.07.2016. Формат 84×108/32. Бумага офсетная.
Гарнитура «NewtonС». Печать офсетная. Усл. печ. л. 20,16.
Уч.-изд. л. 21,05. Тираж 400 экз. Заказ 1697.

Республиканское унитарное предприятие «Издательство “Вышэйшая школа”».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/3 от 08.07.2013.
Пр. Победителей, 11, 220048, Минск.
e-mail: market@vshph.com <http://vshph.com>

Республиканское унитарное предприятие «Издательство “Белорусский Дом печати”».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 2/102 от 01.04.2014.
Пр. Независимости, 79, 220013, Минск.