**5. Розподільча логістика**

**1. Економічний зміст, завдання, функції та принципи розподільчої логістики**

Під поняттям розподілу розуміють перелік дій з:

- упакування продукції;

- експедиційного обслуговування;

- управління збутом;

- збереження на складі готової продукції постачальника;

- складського господарство для готової продукції;

- транспортування продукції до складу споживача;

- транспортне господарство для перевезення готової продукції.

З цих позицій при використанні поняття “логістика дистрибуції” або “розподільча логістика” розуміють функціонування у сфері переміщення готової продукції, інколи включаючи логістику посередництва та торгівлі (продажу), оскільки продукція, особливо товари споживання на шляху від виробника до безпосереднього споживача, як правило, проходить ці фази.

**Об’єктом вивчення розподільчої логістики**є матеріальний потік на стадії його руху від постачальника до споживача, а **предметом**є організація раціонального процесу доведення товару до споживача.

Розрізняють *комерційний, канальний* та *фізичний розподіл*.

**Комерційний розподіл**охоплює функції планування, аналізу, контролю та регулювання товароруху, тобто управління товарорухом.

**Фізичний розподіл**логістика розуміє традиційно – як функції збереження, транспортування, складування, переробки та ін.

*Розподільча логістика* ***–*** це частина загальної логістичної системи, яка забезпечує найбільш ефективну організацію розподілу продукції, охоплюючи систему товароруху і виконуючи логістичні операції транспортування, складування, упакування та ін.

Склад завдань розподільчої логістики поділяється на два рівні – завдання внутрішньої та зовнішньої розподільчої логістики (табл. 17).

Таблиця 17

Завдання внутрішньої та зовнішньої розподільчої логістики

|  |  |
| --- | --- |
| Завдання внутрішньої розподільчої логістики | Завдання зовнішньої розподільчої логістики |
| 1) організація отримання та обробки замовлення;  2) планування процесу реалізації;  3) вибір виду упаковки, прийняття рішення про комплектацію, а також організація виконання інших операцій, що безпосередньо передують відвантаженню;  4) організація відвантаження продукції;  5) організація доставки та контролю за транспортуванням;  6) організація після продажного обслуговування. | 1) вибір архітектури каналу товароруху;  2) організація роботи з учасниками каналу;  3) вибір стратегії розподілу готової  продукції;  4) вибір стратегії ціноутворення;  5) організація заходів з просування продукції на ринок;  6) контроль за станом ринку продукції підприємства та аналіз позицій продукції у цільових сегментах. |

**2. Основні методи розподільчої логістики**

*Методи розподільчої логістики* можна поєднати у дві групи:

1) методи моделювання;

2) методи мотивації.

Необхідність широкого використання моделювання у розподільчій логістиці пояснюється як складністю збутової діяльності, так і основним засобом розподілу – *логістичним моделюванням*. У розподільчій логістиці успішно можуть бути використані такі *моделі*, як:

- моделі теорії ігор;

- моделі теорії черг або теорії масового обслуговування;

- моделі управління запасами;

- моделі лінійного програмування;

- імітаційне моделювання тощо.

Усю множину логістичних моделей можна уявити як сукупність фізичних, аналогових та математичних моделей.

**Фізична модель** дозволяє уявити процес (явище), що вивчається, як правило, в мініатюрі.

**Аналогова модель**подає розподільчу логістику через аналог, що сприймається як реальний збутовий процес, але не має вигляду такого. Це можуть бути графіки (сіткові графіки і моделі), рисунки (план-карти розміщення об’єктів), схеми (організаційні структури) тощо.

**Математична модель**, або **символічн*а***, будується на описі реального збутового процесу за допомогою певних символів, що характеризують всі основні ознаки системи. За наявності достатньої і достовірної інформації, швидкодіючої обчислювальної техніки і відповідного програмного забезпечення математичні моделі дають змогу досить точно моделювати як збутову діяльність підприємства в цілому, так і окремі її елементи (стадії).

**3. Організація розподільчої логістики**

*Операційна система розподільчої логістики* складається з трьох підсистем.

**Переробна підсистема**безпосередньо виконує збутову роботу, перетворюючи сигнали ринку про платоспроможний попит споживачів (вхід системи) на необхідні ринку товари та послуги (вихід системи). Збутовий перетворювач (транслятор попиту) виконує операції з асортиментного завантаження виробництва, кількісного та якісного приймання готової продукції, організації її зберігання і підготовки до споживання, просування товарів на ринок каналами розподілу і товароруху, допродажного і післяпродажного обслуговування споживачів.

**Підсистема забезпечення**створює матеріально-речові і фінансово-трудові умови для нормального функціонування переробної підсистеми. Вона містить: виробниче забезпечення збуту, у тому числі виробництво товарів і послуг за замовленнями споживачів, матеріально-технічне забезпечення збутової діяльності з урахуванням створення складів, транспортних, торговельних та інших комунікацій; фінансове забезпечення виробництва і реалізації продукції, зокрема фінансування рекламних кампаній; кадрове забезпечення збутових служб підприємств, у тому числі професійне навчання торгівельного персоналу.

**Підсистема планування і контролю**може бути класифікована як управлінська підсистема в кібернетичній моделі розподільчої логістики. Вона виконує команди (плани, завдання) за інші (керовані) підсистеми, одержує інформацію про їх реакцію на керований вплив (зворотний зв’язок) і коригує поведінку учасників збутової діяльності відповідно до прийнятих цілей і завдань.

**4. Концепція логістичного центру дистрибуції**

Логістичний центр дистрибуції інтегрує діяльність учасників логістичних процесів, серед яких виробники, транспортники, дистрибуційні організації, торговельні організації, споживачі.

З погляду функціонального призначення в існує така *класифікація логістичних центрів*

- міжнародні логістичні центри дистрибуції (площа господарювання 100-150 га, радіус дії 500-800 км);

- локальні логістичні центри дистрибуції як закінчення сучасної системи дистрибуційної мережі;

- галузеві логістичні центри дистрибуції, сформовані для обслуговування певної галузі чи підприємців;

- центри логістичних послуг як проміжна фаза в напрямку вищого рівня логістичних центрів дистрибуції.

Основні завдання центрів зумовлені необхідністю забезпечення: стандартизації транспортних та складських систем; автоматизації завдань з переміщення логістичних продуктів; інформатизації процесів прийняття рішень та інтеграції інформаційних систем; координації дій учасників дистрибуційної мережі.

**5. Логістичні системи розподільчої логістики**

Під **логістичною системою розподільчої логістики**слід розуміти сукупність взаємопов’язаних логістичних ланцюгів, що створюють організаційно-економічну єдність господарських суб’єктів, об’єднаних у збутовому процесі.

На рівні підприємства вона містить сукупність підсистем:

**Матеріально-технічна підсистема**– це складське і тарне господарство, транспортні та інформаційні комунікації, засоби пакування і підготовки продукції до споживання, системи ремонту та обслуговування, а також інші матеріальні і технічні компоненти збутової діяльності.

**Організаційно-економічна підсистема**ґрунтується на взаємодії планування, організації, контролю, оцінки, аналізу, регулювання збутової діяльності.

**Соціально-психологічна підсистема**об’єднує такі взаємопов’язані елементи, як кадри, стимули, спонукальні мотиви, інтереси учасників збутового процесу тощо.

**Нормативно-правова підсистема**створює нормативну базу логістичної системи і має в основі закони, підзаконні акти, а також внутрішні нормативи підприємства, що регламентують порядок організації збутової діяльності.

Новим напрямком є використання**системи управління та планування розподілу продукції DRP**(*Distribution requirement planning –* планування розподілу), яка дає змогу не тільки враховувати кон’юнктуру ринку, а й активно впливати на неї. Ця система забезпечує стійкі зв’язки між постачанням, виробництвом та збутом продукції, застосовуючи елементи MRP.

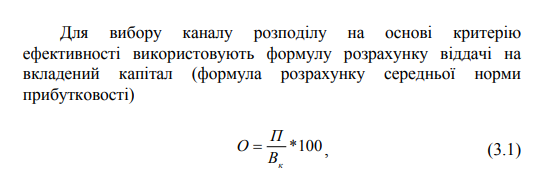
**Приклад 4.**

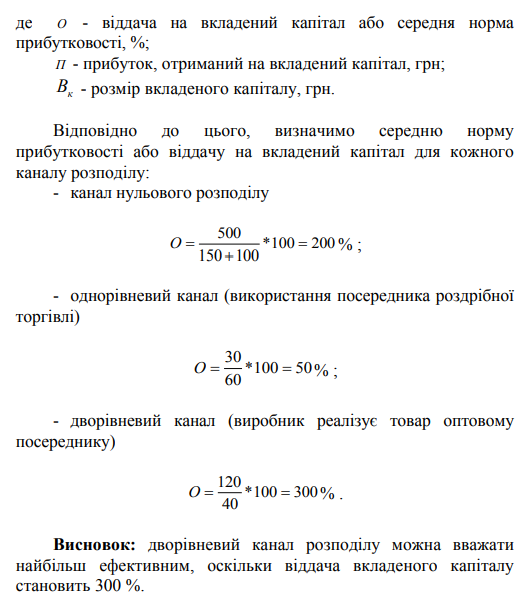
Компанії необхідно прийняти рішення, пов’язане з вибором каналу розподілу, на основі критерію ефективності. Вибір необхідно здійснити з трьох альтернатив:

- **канал нульового розподілу**: витрати, пов’язані з утриманням власної роздрібної торговельної мережі, складають 150 млн грн, витрати обігу – 100 млн грн, прибуток від реалізації продукції – 500 млн грн;

- **однорівневий канал** (використання посередника роздрібної торгівлі);– витрати обігу – 60 млн грн, прибуток – 30 млн грн;

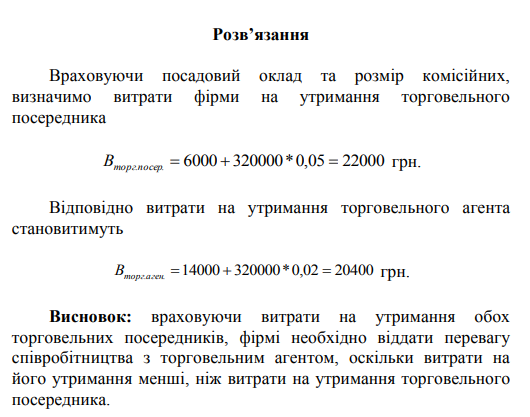
**- дворівневий канал** (виробник реалізує товар оптовому посереднику) – витрати обігу –40 млн грн, прибуток – 120 млн грн.





**Приклад 5.**

Керівнику відділу збуту необхідно прийняти рішення щодо організації співпраці з торговельним агентом чи торговельним представником. Розмір посадового окладу торговельного агента становитиме 14000 грн. в місяць та 2% комісійних; для торгового представника посадовий оклад становитиме 6000 грн. та 5 % комісійних. Такі торгові посередники працюють в одній географічній зоні, де очікуваний місячний товарообіг становитиме 320 000грн.



**Задачі для самостійного вирішення:**

**Задача №4**

Компанії необхідно прийняти рішення, пов’язане з вибором каналу розподілу, на основі критерію ефективності. Вибір необхідно здійснити з трьох альтернатив: - канал нульового розподілу: витрати, пов’язані з утриманням власної роздрібної торговельної мережі, складають 250 млн грн, витрати обігу – 90 млн грн, прибуток від реалізації продукції – 400 млн грн; - однорівневий канал (використання посередника роздрібної торгівлі) – витрати обігу – 120 млн грн, прибуток – 50 млн грн; - дворівневий канал (виробник реалізує товар оптовому посереднику) – витрати обігу – 70 млн грн, прибуток – 130 млн грн.

**Задача №5**

Керівнику відділу збуту необхідно прийняти рішення щодо організації співпраці з торговельним агентом чи торговельним представником. Розмір посадового окладу торговельного агента становитиме 26000 грн в місяць та 2,5% комісійних; для торгового представника посадовий оклад становитиме 16750 грн та 4,5 % комісійних. Такі торгові посередники працюють в одній географічній зоні, де очікуваний місячний товарообіг становитиме 277500 грн.