

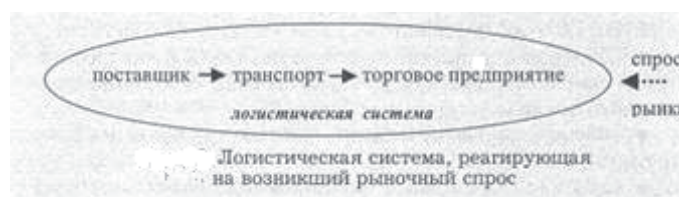
## РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА БЫСТРОГО РЕАГИРОВАНИЯ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

*А.А. Емельянова,*

*Невинномысский институт экономики, управления и права, магистрант*

*Научный руководитель: М.Н. Халкечев,  
д.э.н., профессор*

Метод быстрого реагирования разработан в достижении формирования идеологии «точно в срок» и подразумевает способ распределения и координирования поставок товаров на предприятия розничной торговли и в распределительные центры, в принципе которой находится логистическое взаимодействие между торговым предприятием, его поставщиками и транспортом. Программа метода раскрыта в его названии: быстрая реакция логистической системы, изображенной на представленном ниже рисунке, на появившийся на рынке спрос.



В случае, когда поставщиком становится производственное предприятие, тогда оно имеет вероятность стремительно и продуктивно переустраивать и генерировать выпуск новых товаров небольшими партиями. Возможность быстрого доступа информационного ресурса о нужном спросе, имеющаяся у поставщика, для формирования его потребителю на рынок. Когда возникает необходимость в реальной потребности товара, тогда поставляется товар на предприятия торговли организациями-изготовителями. Передача заказа и поставка товаров должны соответствовать интегрированным качествам любой логистической системы, и осуществляться точно в срок, без задержек.

Метод быстрого реагирования основан на использовании трех технологий и новой концепции бизнеса:

<p>Технология первая: автоматическая идентификация штриховых товарных кодов. Позволяет быстро и эффективно собрать точную и детальную информацию, о том, что в данный момент продается.</p>	<p>Технология вторая: электронный обмен данными. Это не только Интернет, но и комплекс стандартов, позволяющий предприятиям оперативно обмениваться большими объемами документированной информации.</p>	<p>Технология третья: автоматическая идентификация грузовых единиц (например, транспортировочных контейнеров).</p>
---	---	--

Очередная, так сказать, парадигма кампании, заключается во взаимоотношении и ассоциации партнеров, которые участвуют в распределении товара. Согласованность участников преимущественно должна быть осуществлена на высоком уровне.

Последствиями неторопливого укоренения является предупреждение и дух соперничества междуособными торговцами в розницу, дистрибьюторами и производителями, потому что любое расчетливое предприятие стремится заработать максимально допустимый доход, так сказать, за счет выгоды остальных партнеров.

Перспективой развития нового направления концепции бизнеса будет являться разрушение сопернических отношений с решением технических и технологических вопросов, а также укрепление методологии и совокупности методов быстрого ответа.

### Литература

1. Фрагментация и барьеры в логистике [Электронный ресурс], 2011 г.