

РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА И ФОРМЫ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КАНАЛОВ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ

*С.Ю. Солодовников,
доктор экономических наук,
руководитель Центра
экономической теории
Института экономики
НАН Беларуси*

*В.И. Залуцкий, аспирант
кафедры логистики и
ценовой политики
Белорусского
государственного
экономического
университета*

Сегодня в Республике Беларусь, как и на всем постсоветском пространстве, наблюдается не только снижение интереса к фундаментальным экономическим проблемам, но и стремление у многих, даже безусловно талантливых и грамотных ученых, тщательно исследовать проблемы, далекие от реальности. Некоторые ученые – экономисты, а вслед за ними и представители СМИ, отдельные политики предлагают верить утверждениям о необходимости автоматически принимать постулаты западных «экономиксов» и надеяться, что свободная конкуренция (этот экономический флогистон начала девятых годов прошлого века) автоматически решит наши сегодняшние непростые проблемы. Как результат, в экономической теории стали появляться работы, исследующие не реальные, а виртуальные социально-экономические отношения. В частности, появились утверждения о том, что главным образом юридическими реформами можно оптимизировать национальную экономическую модель развития.

Поступательное развитие социально ориентированной рыночной экономики в Республике Беларусь возможно только при условии перехода к постиндустриальному технологическому укладу и сохранению высокой степени социализации экономической системы. При этом необходимо отказаться от устаревших научных взглядов о том, что формирование либеральной рыночной модели экономической системы должно автоматически приводить к «обществу всеобщего благоденствия». Не трансформация отношений собственности в направлении увеличения доли «частной» собственности как самоцель, а становление современных трудовых отношений, основанных на последних достижениях научно-технической революции, – вот реальная основа для социально ориентированного пути развития и создания процветающей сильной Беларуси. Как свидетельствует мировой опыт, одним из важных условий становления современных хозяйственных отношений является наличие развитой логистической системы. Вот почему исследование общей характеристики и анализ распределительной логистики и форм логистических каналов представляются сегодня особенно актуальными.

В современных условиях экономически оптимальное распределение готовой промышленной продукции невозможно без формирования логистической системы. Этот вывод требует выяснения содержания распределительной логистики и существующих реальных форм логистических каналов. По видам логистику принято разделять на закупочную, связанную с обеспечением производства материалами; производственную; распределительную. При большей видовой дифференциации выделяют также транспортную логистику,

складскую, а также логистику запасов, сервисного обслуживания и информационную.

Сегодня распределительная логистика представляет собой часть (подсистему) логистической системы, обеспечивающую наиболее эффективную организацию распределения производимой продукции. Охватывая всю цепь системы распределения (маркетинг, транспортировку и т.д.), распределительная логистика решает задачу оптимизации доставки товаров в нужное место в конкретное время. Названный вид логистики естественным образом связан с маркетингом, однако, в отличие от последнего, задачей которого является выявление и стимулирование спроса, логистика должна удовлетворять сформированный с помощью инструментов маркетинга спрос с минимальными затратами и максимальными результатами.

В настоящее время в научной литературе к основным функциям логистики распределения, как правило, относят следующие: определение объемов производства и реализации готовой продукции; формирование хозяйственных связей; определение потребности в перевозках продукции, их объемах и направлениях; определение последовательности передвижения продукции через места складирования; координация оперативного управления поставками и перевозками; формирование и регулирование запасов продукции, развитие, размещение и организацию складского хозяйства; выполнение операций, непосредственно предшествующих и завершающих перевозку продукции, и т.д.

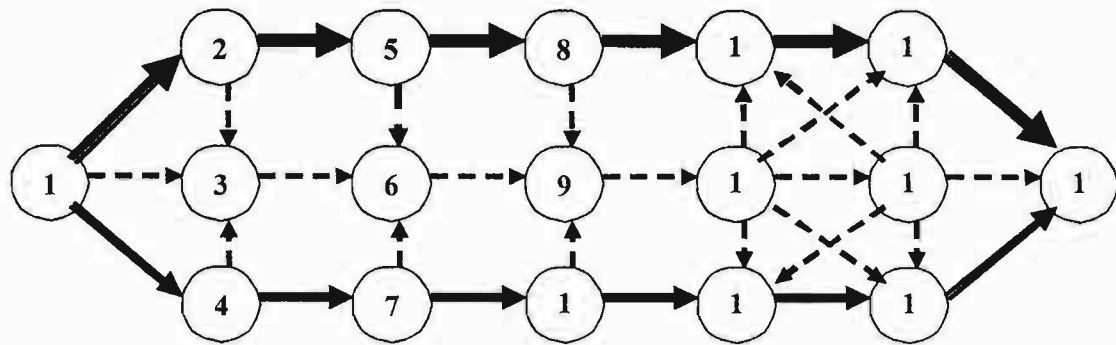
В качестве главных задач распределительной логистики следует выделить: содействие увеличению прибыли организации при максимально полном удовлетворении спроса потребителей; обеспечение за счет оптимальной загрузки производственных мощностей промышленного предприятия гарантированными заказами потребителей; обеспечение эффективного использования производственного потенциала предприятия; содействие в рационализации поведения промышленного предприятия на динамичных рынках; внесение своей лепты в воздействие на решение покупателей приобрести продукцию именно этого предприятия.

Реализация названных задач в распределительной логистике происходит за счет использования имеющихся и потенциальных возможностей: оценка рыночных возможностей предприятия и максимальное использование его настоящих и потенциальных преимуществ в процессе продвижения товаров и услуг на рынок.

Решение заключается не в том, как снять ту или иную проблему, а в том, чтобы перевести ее в разряд конкретных задач и ответить на вопрос: на каких направлениях сбытовой политики сконцентрировать ресурсы предприятия.

Функции распределительной логистики предопределяются сбытовыми функциями промышленного предприятия и, как известно, включают: формирование спроса и стимулирование сбыта; формирование рационального портфеля заказов товаропроизводящего предприятия; разработку ассортиментного плана производства и организацию его исполнения с целью удовлетворения сформированного портфеля заказов; проведение количественной и качественной приемки готовой продукции и предпродажной подготовки товаров; реалистичную оценку платежеспособного спроса потребителей; установление хозяйственных связей по поставкам готовой продукции и выбор каналов распределения; проектирование каналов распределения готовой продукции и их оптимизацию; создание складского и тарного хозяйства, системы хранения, переработки и транспортировки готовой продукции; организацию послепродажного обслуживания и оказание сервисных услуг потребителям; планирование, анализ, контроль и регулирование сбытовой деятельности; коммерческое посредничество перепродавцов, финансовое посредничество банков, транспортировку и экспедиционное обслуживание перевозчиков и т.д.

В качестве основных характеристик управления потоками в логистической системе выступают характеристики управления материальными, информационными и финансовыми потоками. В книге Д.Д. Костоглодова и Л.М. Харисова «Распределительная логистика» [1] представлена работающая укрупненная сетевая логистическая модель системы распределения (см. рис. 1). В рамках этой модели все рассматриваемые операции объединены в следующие организационные блоки: первый блок – аналитический – комплекс операций по исследованию рынка (преимущественно изучение спроса потребителей на товары и услуги предприятия) – с 1 по 4; второй блок – технический – комплекс операций по созданию материально-вещественных условий сбытовой деятельности – с 5 по 10; третий блок – управленческий – комплекс таких операций по управлению сбытовой деятельностью, как планирование, оценка, контроль и регулирование деятельности всех участников сбытового процесса – с 11 по 17.



Условные обозначения:

- Операция (работа);
- ⇒ Материальный поток
- Информационный поток
- - - → Финансовый поток

Состав операций:

1. Изучение покупательского спроса.
2. Формирование портфеля заказов.
3. Установление хозяйственных связей с потребителями.
4. Финансирование сбытовых исследований.
5. Ассортиментная загрузка производственных мощностей предприятия.
6. Заключение договоров поставки (продажи).
7. Установление цен на товары, услуги и работы.
8. Создание запасов готовой продукции.
9. Выбор каналов распределения.
10. Стимулирование сбытовиков и перепродавцов.
11. Организация доставки продукции (услуг) потребителям.
12. Контроль за выполнением договорных обязательств.
13. Расчеты с покупателями и перепродавцами (посредниками).
14. Оказание услуг потребителям.
15. Оценка выполнения планов сбыта.
16. Финансирование сбытовых операций.
17. Удовлетворение платежеспособного спроса потребителей и извлечение прибыли.

Рисунок 1. Сетевая логистическая модель системы распределения

Исходя из представленного подхода отношения между производителем и потребителем, направленные на удовлетворение платежеспособного спроса, как принято считать, должны обладать рядом свойств: полнота обслуживания клиентов (полное, неполное (или частичное) или комплексное обслуживание); форма организации (внешние – за пределами предприятия, и внутренние – в рамках предприятия); способы выполнения (технические, материальные, финансовые, информационные); результат (поставка товара, оказание услуг и т.п.).

Традиционно выделяются следующие подсистемы, результатом взаимодействия которых будет являться удовлетворение платежеспособного спроса потребителей: перерабатывающая; подсистема обеспечения; подсистема планирования и контроля.

После того как нами в общем плане охарактеризована распределительная логистика и осуществлен анализ ее содержания, можно переходить к рассмотрению логистических каналов (каналов распределения).

Впервые категория «канал распределения» была использована Ф. Котлером [2]. В современной логистике под этим понятием понимается «...упорядоченное множество физических и/или юридических лиц – производителей, дистрибьюторов, складов общего пользования и др., осуществляющих логистические операции» [3, с.32], иначе говоря, это определенная логистическая форма организации взаимодействия между экономическими субъектами.

Промышленные предприятия используют логистические каналы, поскольку это приносит полезный (экономический) эффект. За счет чего это может происходить и в чем здесь выгоды? На наш взгляд, можно выделить три основных положительных эффекта от использования предприятием логистических каналов распределения готовой промышленной продукции: во-первых, удастся осуществить продажу продукции более эффективным способом и сократить объем работ по распределению продукции; во-вторых, возникает высокая эффективность обеспечения широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков; в-третьих, обеспечивается экономия финансовых средств, расходуемых на распределение продукции. Таким образом, по нашему мнению, под *логистическим каналом* следует понимать определенным образом структурированную (упорядоченную) совокупность логистических посредников, организованных в единую взаимосвязанную, относительно устойчивую систему отношений, целью которой является достижение поставленных задач по доведению готовой продукции от производителя к потребителям наиболее экономически эффективным способом.

Преимущества в использовании логистических каналов следующие: добровольное объединение ресурсов и усилий экономических субъектов, участвующих в распределении готовой продукции предприятия, для достижения общих целей; возможность эффективного технологического и организационного сопряжения логистических операций для минимизации экономических потерь; возможность выработки организационных мероприятий, обеспечивающих экономическое единство в выражении конечного результата функционирования канала распределения по каждой операции и для каждого участника; совместное генерирование идей, обеспечивающих повышение эффективности информационной и интеллектуальной составляющих логистической структуры и всей системы распределения.

Исходя из существующих в настоящее время подходов логистические каналы можно классифицировать по следующим существенным признакам: во-первых, по количеству уровней, под которым понимается каждый посредник, который выполняет работу по приближению товара и права собственности на него конечному потребителю: нулевой, одноуровневый, многоуровневый (горизонтальный канал). Во-вторых, по количеству звеньев (операций): двух-, трех- и многозвенные цепи (вертикальный канал), которые действуют как одна единая система. В-третьих, по составу участников: внутренние, когда участниками являются только подразделения предприятия, и внешние, образуемые как результат взаимодействия самостоятельных экономических субъектов. В-четвертых, по продолжительности действия: постоянные (или долговременные), периодического действия и разовые. В-пятых, по обслуживаемым рынкам: глобальные (международные), региональные и локальные.

По количеству звеньев и составу участников в цепи логистические каналы сбыта готовой продукции могут быть классифицированы следующим образом: канал нулевого уровня; одноуровневый канал; многоуровневый канал.

Канал *нулевого уровня* – простейшая логистическая цепь, получившая также название «прямого сбыта», состоит только из двух звеньев: производителя и потребителя. При этом имеет место «прямой сбыт», при котором происходит непосредственное воздействие на потребителя со стороны предприятия-производителя, что позволяет эффективно контролировать качество товара и быстро реагировать на требования рынка. Такая система сбыта требует создания оптимальной системы распределения. Преимущество прямой доставки продукции непосредственно потребителям может быть эффективным только в том случае, если количество поставляемой продукции достаточно велико, рынок потребителей сконцентрирован на ограниченном регионе или при изготовлении промышленной продукции по предварительным заявкам потребителей.

В отличие от «прямого сбыта» «непрямой сбыт» используется, когда для промышленного предприятия финансово и/или организационно обременительно непосредственно осуществлять поддержание имиджа своей торговой марки, организовать необходимый сервис, проводить рекламные кампании,

контролировать цены на разных рынках и т.д. При «непрямом сбыте» отсутствует контакт с конечным потребителем производимой продукции, что затрудняет своевременное реагирование производителя на изменение рыночной конъюнктуры и в перспективе может сказаться на конкурентоспособности товара. Структура косвенных сбытовых каналов, как известно, может быть саморегулирующейся и координируемой в зависимости от рыночной конъюнктуры, типа продукта и рынка.

Косвенные логистические каналы

Одноуровневый канал – розничное звено между производителем и потребителем, необходимое при наличии небольших партий закупок товара массового производства массовым потребителем. Как правило, это товар массового потребления.

На практике при реализации товаров широкого спроса подразделения розничной сети достаточно редко взаимодействуют непосредственно с предприятием-производителем, а получают необходимую продукцию от оптового звена, что характеризует *многоуровневый канал*, который используется, когда экономически выгоднее покупать товар у посредника, роль которого чаще всего выполняет специализированное оптовое звено. Эти каналы характеризуются большим количеством посредников между производителем и покупателем, которые могут выступать в роли торгового представительства, дилера, дистрибьютора, комиссионера, торгового агента, брокера, что определяется степенью их самостоятельности и ответственности.

В настоящее время при применении критерия различия форм логистических каналов при распределении готовой продукции выделяются три основных вида логистических систем распределения: *во-первых, традиционная (горизонтальная)*, когда каждый уровень канала распределения сохраняет свою относительную независимость от других и стремится максимизировать свою прибыль; *во-вторых, вертикальная*, которая основывается на кооперации участников, действующих как одна система. Здесь различают: фирменную систему распределения (один из участников является владельцем остальных) и договорную систему сбыта (независимые звенья сбытовой цепочки координируют свои обязательства в рамках юридического договора); *в-третьих, административная система*, когда координация осуществляется не на договорной основе, а благодаря размеру и мощи производителя, обеспечивающих

полное сотрудничество всех участников сбытовой цепочки.

Исходя из приведенной характеристики, а также анализа распределительной логистики и форм логистических каналов можно сделать достаточно очевидный вывод о том, именно интеграция этих каналов является основой эффективного распределения готовой продукции организации, обеспечивающей удержание традиционных рынков и продвижение своего товара на новые рынки с минимальными финансовыми издержками.

Дополнив ранее представленную нами сетевую логистическую модель системы распределения характеристиками основных логистических посредников, можно получить схему логистической системы двухуровневого канала распределения. По критериям результативности каналов распределения и минимизации затрат от их использования могут быть применены следующие модели: во-первых, иерархическая модель повышения результативности от использования каналов распределения и, во-вторых, иерархическая модель минимизации затрат от использования каналов распределения [4, с.239]. Эти модели способствуют повышению эффективности деятельности промышленного предприятия, выражающейся в сфере распределения через повышение эффективности функционирования логистических каналов распределения и характеризующейся рентабельностью товарооборота; установлению долгосрочных связей с потребителем; минимизации затрат по использованию каналов распределения.

Целью иерархической модели повышения результативности от использования каналов распределения является эффективность функционирования логистических каналов распределения. Это выражается через увеличение рентабельности, чему способствует проявление положительного влияния целого ряда таких факторов, как ценовые скидки (надбавки), устанавливаемые в процессе делового партнерства; ассортимент, который, с целью удовлетворения как можно большего числа потребностей должен быть представлен как можно шире; сроки и объемы поставок, способствующие скорейшему удовлетворению запросов потребителей, обеспечивая при этом по возможности оптимальную загрузку производственных мощностей и рациональное использование трудовых ресурсов промышленного предприятия. Названные факторы направлены на формирование

условий быстрого и полного выполнения заказов потребителей как способа выживания промышленного предприятия на непрерывно меняющихся товарных рынках.

Реализация другой подцели – установление долговременных связей с потребителями – в свою очередь опирается на такие факторы, как гарантия своевременной оплаты за товар, определение доли прав собственности на продукцию участников продвижения товара по логистическому каналу распределения, расширение сегмента рынка, гарантия безопасности и надежности канала распределения, доступность этого канала и гибкость (учет существующей рыночной ситуации).

Целью иерархической модели минимизации потерь от использования каналов распределения является минимизация затрат использования каналов распределения, которая реализуется через подцели: минимизация переменных издержек и оптимизация постоянных издержек обращения, под которыми понимаются экономические затраты на доставку, доведение товара потребителю, коммерческие, административные и другие расходы, с целью получения запланированной прибыли. В зависимости от товарооборота издержки разделяются на переменные и постоянные.

Возможность минимизации переменных издержек зависит от ряда факторов. Это затраты: на организацию выполнения заказа, включающие транспортные расходы, расходы на хранение и т.д.; обусловленные выбором источника финансирования; на разрешение возможных конфликтов в каналах товародвижения. В свою очередь сокращение постоянных издержек обращения зависит от следующих факторов: затраты на рекламу и другие способы стимулирования сбыта; затраты на расширение сегментов рынка; амортизационные отчисления; административно-управленческие расходы; расходы по содержанию и текущему ремонту зданий, сооружений, по эксплуатации оборудования.

Вместе с тем очевидно, что экономический эффект от использования логистических каналов сбыта промышленной продукции достижим только при соблюдении следующих условий: наличие завершенной научной системы построения логистической системы сбыта готовой продукции промышленными предприятиями, адаптированной к реальным потребностям рынка; последовательная, комплексная и непрерывная техническая, кадровая, организационная, финансовая и иная работа, проводимая на самом промышленном предприятии и с его деловыми партнерами по логистическим каналам сбыта.

Литература

1. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика. Ростов-н/Д: Экспертное бюро, 1997.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. СПб.: Коруна, 1994.
3. Логистика: Учебник / Под ред. Б.А. Аникина. М.: ИНФРА-М, 2002.
4. Логистика товародвижения: Учеб. пособие / Под ред. Н.К. Моисеевой. М.: МИЭТ, 2002.

Резюме

Рассматриваются сущность, специфика и содержание распределительной логистики. Анализируются формы логистических каналов и принципы их функционирования, что является основой для дальнейшего моделирования эффективной системы распределения готовой продукции промышленного предприятия.

Summary

The nature, peculiarity and the content of distributive logistics are examined. The forms of logistic channels and their principles of functioning which are the basis for the further modeling of an effective distribution system of ready-made industrial enterprise products are analyzed.