Распределительная логистика

Распределительная логистика представляет собой ту часть логи­стики, которая интегрирована в сферу распределения. Иначе ее на­зывают маркетинговой или сбытовой логистикой. Это очень точно отражает особенности логистики на послепроизводственном этапе в современных условиях. Маркетинг и логистика не просто допол­няют друг друга, а тесно взаимосвязаны и взаимозависимы.

В сфере распределения логистика является эффективным инстру­ментом реализации стратегии и тактики маркетинга. Одновремен­но маркетинг является источником целевых установок и ограниче­ний для логистической стратегии и тактики в сфере распределения.

Процессы распределения можно рассматривать с позиций ми­кро- и макрологистики.

Макрологистика является составной частью макроэкономиче­ской проблематики. Из решаемых на данном уровне задач выделя­ются две группы:

• размещение на логистическом полигоне — целевом сегменте рынка трансформационных центров, обеспечивающих физическое распределения на нем конкретных товарных масс;

• формирование эффективных логистических каналов регио­нального, общегосударственного и транснационального значения с целью создания наиболее благоприятных условий для всех субъ­ектов экономической и частности — логистической деятельности.

Предназначение микрологистики в сфере распределения состоит в обеспечении на локальном уровне управления процессами пере­мещения готовой продукции, материалов, информации, денежной наличности и т. д., причем акцент делается на применение наибо­лее эффективных способов работы по физическому перемещению, основанных на актуальной информации, отражающей требования заказчиков.

Важнейшие функции распределительной логистики заключаются в следующем:

• организация и управление логистическими процессами в по- слепроизводственный период;

• получение и эффективная обработка заказов;

• комплектация, упаковка и выполнение ряда других логисти­ческих операций по подготовке исходящих товарных потоков к ге­нерации;

• организация рациональной отгрузки;

• управление доставкой и контроль над выполнением опера­ций в логистических цепях;

• управление товарными запасами;

• планирование, организация и управление логистическим сервисом.

Распределение традиционно является важнейшей частью произ­водственно-коммерческой деятельности предприятий. Концепция логистики посредством интеграции различных видов деятельности по физическому распределению и перемещению продукции, а также соответствующей информации в единую функцию позволяет реали­зовать значительный резерв повышения их эффективности. Систе­ма распределительной логистики предприятия становится сильным орудием конкуренции, активно влияет на формирование портфеля заказов, разработку ассортиментной программы и соответствующей рыночной стратегии. От ее эффективности во многом зависит сте­пень использования производственных и инфраструктурных мощно­стей, соблюдения дисциплины поставок, уровень сбытовых расходов.

Основными задачами распределительной логистики, являются:

• оптимизация формирования портфеля заказов;

• участие в заключении договоров с заказчиками на поставку продукции;

• обеспечение планомерности и ритмичности распределения продукции;

• изучение и удовлетворение потребностей в логистическом сервисе;

• оптимизация логистических параметров исходящих матери­альных потоков;

• оптимизация параметров и условий содержания товарных за­пасов;

• контроль над выполнением договорных обязательств1 перед партнерами;

• формирование и совершенствование системы информацион­ного обеспечения задач распределения готовой продукции.

Эффективность решения этих и других задач во многом зависит от структуры логистической системы управления, а также от ме­тодического уровня учета логистических затрат. Несовершенство последнего, как и рассредоточение затрат по различным смежным функциям управления, является одной из серьезных проблем логи­стического менеджмента.

Основная часть затрат на распределение связана с выполнением ключевых логистических операций: складированием и складской переработкой, транспортировкой, экспедированием, подготовкой продукции к производственному потреблению у получателя, сбо­ром, хранением, обработкой и выдачей информации о заказах, за­пасах, поставках и т. д.

Как правило, совокупные логистические издержки на локальном уровне определяются и планируются исходя из сумм продаж в рас­чете на единицу готовой продукции, предназначенной к реализа­ции, или в процентах от стоимости чистой продукции.