

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
Саратовский государственный технический университет  
имени Гагарина Ю.А.  
Факультет экономики и менеджмента  
Кафедра Экономическая безопасность и управление  
инновациями

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**  
**по дисциплине «Логистические функции**  
**в системе экономической**  
**безопасности»**

**на тему:** Логистическая система  
распределения продукции при выходе  
на региональные рынки сбыта

Выполнил:  
студент гр. с1-ЭБ351  
Кагосян Л.Р.

# Распределительная ЛОГИСТИКА

Логистическая система распределительной логистики создается как структура, формируемая партнерами в процессе конкретного обмена, в целях предоставления товаров и услуг потребителям в нужные сроки с минимальными логистическими издержками.

Главным предметом изучения в распределительной логистике является рационализация процесса физического распределения имеющегося запаса материалов.



Распределительная логистика охватывает весь комплекс задач по управлению материальным потоком на участке поставщик-потребитель, начиная от момента поставки задачи реализации и кончая моментом выхода поставленного продукта из сферы внимания поставщика.

Существует два подхода к определению функций логистики распределения. Первый охватывает комплекс операций по отгрузке готовой продукции со склада поставщика. Второй более широкий.



## Макрологистические и микрологистические системы

### ■ **МАКРО**логистика

Крупная система управления материальными потоками, охватывающая предприятия промышленности, торговые и транспортные организации, расположенные в РАЗНЫХ РЕГИОНАХ страны или в РАЗНЫХ СТРАНАХ.

### ■ **МИКРО**логистика

Структурная составляющая макрологистических систем. Это отдельные предприятия, территориально-производственные комплексы.

# Организация каналов распределения товаров

Канал распределения – это совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать другому право собственности на конкретный товар или услугу на пути от производителя к потребителю.

Использование каналов распределения приносит производителям определенные выгоды:

- экономию финансовых средств на распространение продукции;
- возможность вложения сэкономленных средств в основное производство;
- продажу продукции более эффективным способом;
- высокую эффективность обеспечения широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков;
- сокращение объема работ по распределению продукции.

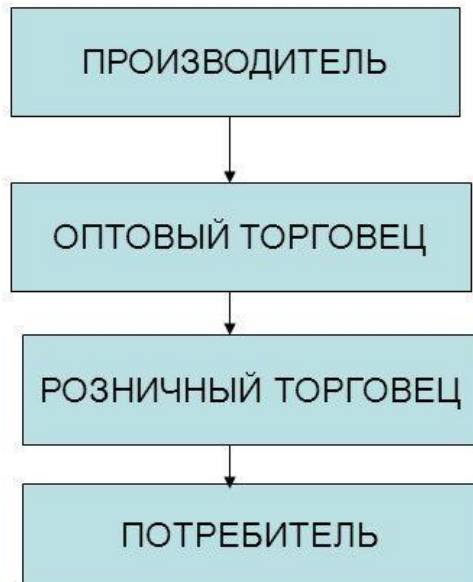
Каждый член канала представляет собой отдельное предприятие, стремящееся обеспечить себе максимальную прибыль. Максимально возможная прибыль отдельно члена канала может идти в ущерб максимальному извлечению прибыли системой в целом, так как ни один из членов канала не имеет полного или достаточного контроля над деятельностью остальных членов.

Такие каналы распределения называются горизонтальными.

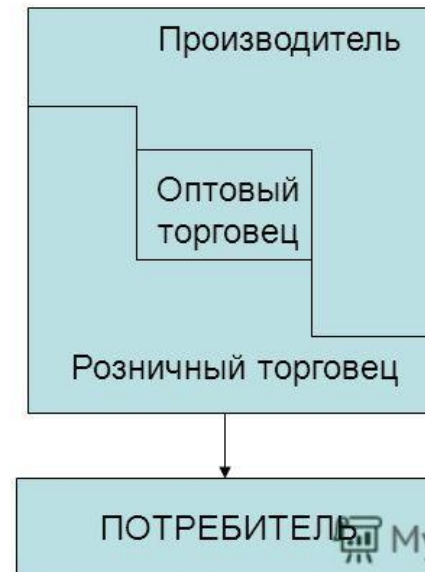
Вертикальные каналы распределения – это каналы, состоящие из производителей и одного или нескольких посредников, действующих как одна единая система.

## ТРАДИЦИОННЫЙ КАНАЛ И ВЕРТИКАЛЬНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА

- ТРАДИЦИОННЫЙ
- КАНАЛ
- РАСПРЕДЕЛЕНИЯ



- ВЕРТИКАЛЬНАЯ
- МАРКЕТИНГОВАЯ
- СИСТЕМА





Классификацию посредников можно провести по сочетанию двух признаков:

- от чьего имени работает посредник;
- за чей счет посредник ведет свои операции.

Возможно выделение четырех типов посредников:

- Дилер - от своего имени и за свой счет;
- Дистрибьютор - от чужого имени и за свой счет;
- Комиссионер - от своего имени и за чужой счет;
- Агент, брокер - от чужого имени и за чужой счет.

После выбора типов посредников в канале распределения необходимо определиться с количеством этих посредников. В логистике разработаны три подхода к решению этой проблемы:

- интенсивное распределение,
- эксклюзивное распределение
- селективное распределение.

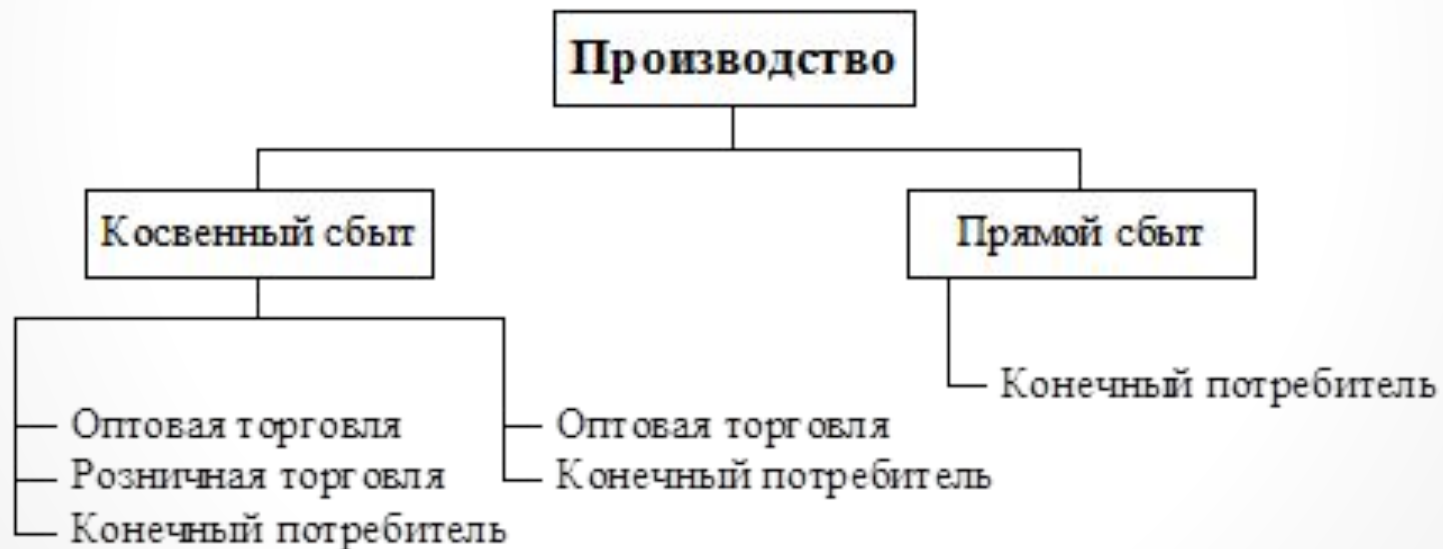
# Интенсивное распределение



- товар доступен в наибольшем количестве торговых точек;
- высокая интенсивность распределения;
- используется для товаров повседневного спроса.

По форме организации различают:

- Прямой сбыт – когда производитель продукции вступает в непосредственные отношения с ее потребителями;
- Косвенный сбыт– когда производитель продукции прибегает к услугам независимых посредников.



# Распределение продукции в логистической системе

По результатам изучения основных вариантов канала можно использовать в качестве посредников дистрибьюторов.

Производитель четко определяет, что именно он хочет от дистрибьюторов и на что они могут рассчитывать с его стороны. Он стремится к согласию с ними в отношении различных политических установок.

Наиболее прогрессивный метод деятельности – планирование распределения.

Предложенный процесс формирования каналов распределения позволяет обеспечить:

- экономичность продвижения продукции производственно-технического назначения на рынок;
- целенаправленное воздействие на потребителей;
- получение конкурентных преимуществ;
- прибыльность системы распределения продукции в российских условиях.

Спасибо за внимание