

Презентация на тему: «Методика выбора посредников в канале товародвижения.»

ПОДГОТОВИЛИ: КЛИВЛЕЕВ РОМАН

И СУН ШИН ЯН НИКОЛАЙ

ГРУППА 3-Э2, 3 КУРС.

Посредник - это юридическое или физическое лицо, находящееся между другими контрагентами коммерческого процесса и выполняющее функции их сведения друг с другом для обмена товарами, услугами и информацией.

Посредники крупных фирм, обладают собственной сбытовой сетью - дилерами; имеют свою материально-техническую базу - склады, магазины, демонстрационные залы, мастерские по обслуживанию и ремонту; оснащены компьютерной техникой, для постоянного учета, и контроля за количеством проданной через магазины продукции, за наличием на складах запасных частей. Они имеют возможность в считанные часы доставить нужную запасную часть дилеру в любую точку.



Важность выбора поставщика

Важность **выбора поставщика** объясняется не только функционированием на современном рынке большого количества поставщиков одинаковых материальных ресурсов, но и тем, что он должен быть прежде всего надежным партнером товаропроизводителя в реализации его стратегии организации производства.

Выбор поставщика осуществляется двумя способами.

Первый способ - анализ возможных вариантов и предложений осуществляет торговый агент предприятия, отвечающий за закупки. Он выбирает поставщика исходя прежде всего из наиболее низких закупочных цен, делает заказ, следит за его выполнением и старается разрешить возникающие вопросы.

Второй способ заключается в коллегиальном обсуждении возможностей и потребностей в поставках. Анализ проводится как на уровне отдела закупок предприятия, так и на уровне взаимодействия этого отдела с производственным, отделом контроля качества либо отделом сбыта.

Выявление и изучение источников закупки и поставки не является разовым мероприятием, а должно проводиться систематически, базируясь на различных источниках информации.

Среди моделей и методов, применяемых в логистике, можно выделить ряд моделей, позволяющих принять решение о выборе наилучшей альтернативы(посредника из нескольких имеющихся).

- Во-первых, выбор может быть **разовым** и **повторным** (или повторяющимся).
Причем большинство задач разового выбора при накоплении информации о его условиях, альтернативах может перейти в разряд повторного выбора.
- Во-вторых, в зависимости от ответственности за выбор можно выделить индивидуальный и многосторонний выбор.
 - **Индивидуальный** разовый выбор в зависимости от того, известны его последствия или нет, можно разделить на выбор в условиях определенности, неопределенности и в условиях риска. Индивидуальный повторный выбор, базирующийся на разовом, предусматривает адаптацию к решениям и улучшению альтернатив.
 - **Многосторонний** (разовый и повторный) выбор в зависимости от степени согласованности целей разделяют на кооперативный (интересы сторон совпадают), конфликтный (интересы сторон противоположны) и коалиционный (компромиссный).

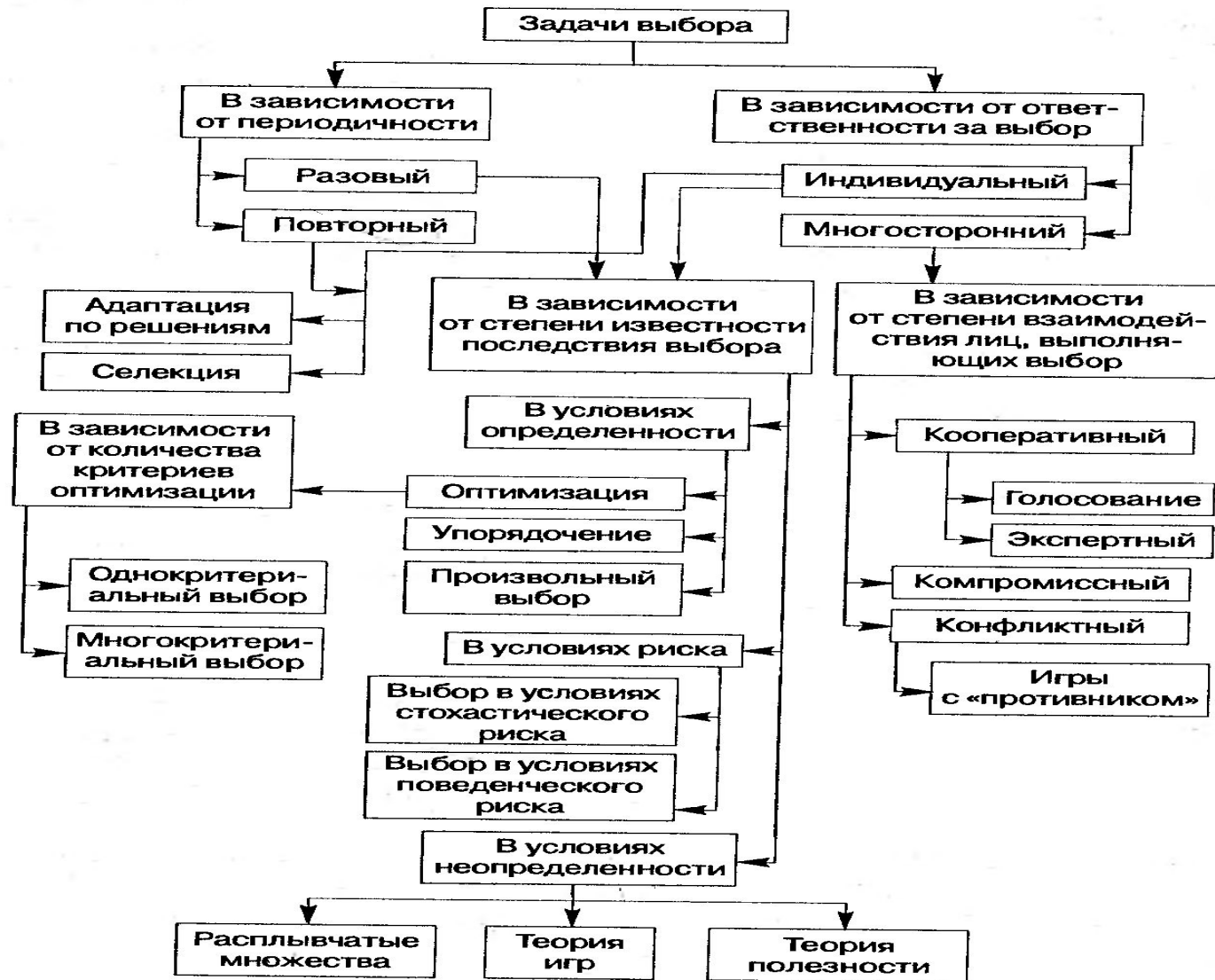


Рис. 4.1. Взаимосвязь задач выбора

Наличие большого количества логистических посредников на рынке означает возможность выбора и является важным резервом повышения эффективности процессов распределения продукции. Поэтому задача выбора посредников является наиболее распространенной для большинства функциональных логистик.

Можно выделить два подхода, на основе которых производится выбор посредника:

- **аналитический**, предполагающий осуществление выбора с использованием формул, которые включают ряд параметров, характеризующих ЛП;
- **экспертный**, в основу которого положены оценки специалистов-экспертов для параметров, характеризующих ЛП, и описаны процедуры получения интегральных экспертных оценок (рейтингов).

Аналитический подход является универсальным, но входящие в него параметры ЛП могут потребовать экспертных методов оценки. Приведенные зависимости для выбора перевозчика не проиллюстрированы примерами расчетов, что затрудняет общую оценку их точности и достоверности. Так же, получение аналитических зависимостей, включающих основные параметры ЛП, является довольно трудоемкой задачей.

Экспертный подход. В качестве критерия выбора логистического посредника часто выступает рейтинг. Приведенные в работах алгоритмы и примеры расчетов интегральных (рейтинговых) оценок ЛП отличаются многообразием.

Исследования и накопленный опыт оценивания позволил разработать общий алгоритм выбора логистического посредника (рис. 4.4), включающий следующие положения:

Непосредственный выбор посредников происходит в рамках следующих моделей:

- 1. доминантная модель.** При выборе производитель исключает «худшего» посредника по какому-либо критерию (по цене, имиджу и др.).
- 2. модель ограничений.** Производитель накладывает ограничения на определенные характеристики посредника (по идеалу) и исключает по этому принципу торговых посредников, которые не удовлетворяют «идеальным» требованиям;
- 3. разделительная модель** – ориентирована на один какой-либо критерий, исходя из его значения делается выбор;
- 4. лексикографическая модель** – посредники сначала отбираются по наиболее важному критерию, затем среди оставшихся – по критерию второй степени важности;
- 5. модель ожидаемой полезности** – производитель оценивает значимость каждого критерия и степень присутствия данного признака у торгового посредника. Далее производится оценка значимости каждого критерия для данного производителя и степень его присутствия у торгового посредника.

ВЫВОД

Таким образом, задача выбора логистических посредников является наиболее распространенной задачей функциональных логистик, а методы выбора основаны на теории принятия решений. В общем случае выбор метода определяется характером задачи – разовая или повторяющаяся, и количеством учитываемых критериев – однокритериальные и многокритериальные.