

*В.С. Авдеенко, 4 курс**Научный руководитель – О.В. Володько, к.э.н., доцент**Полесский государственный университет*

Логистика – одна из наиболее значимых наук XXI века. Логистика – это бизнес-концепция, базирующаяся на вовлечении отдельных взаимосвязанных элементов в общий процесс с целью предотвращения нерационального расходования ресурсов и повышения организационно-экономической устойчивости компании на рынке. Распределительная логистика – это система логистического сервиса по управлению, рационализации и оптимизации последовательных логистических операций в процессе доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего.

В обобщенном виде распределительную логистику можно рассматривать в следующих двух аспектах:

- 1) как изучение потребностей рынка (маркетинг);
- 2) как способы и методы наиболее полного удовлетворения этих потребностей путем эффективной организации транспортно-экспедиционного, складского процессов, обслуживания потребителей.

Распределительная логистика охватывает весь комплекс задач по управлению материальным потоком на участке поставщик — потребитель, начиная от момента постановки задачи реализации и заканчивая моментом выхода поставленного продукта из сферы внимания поставщика. При этом основной удельный вес занимают задачи управления материальными потоками, решаемые в процессе продвижения уже готовой продукции к потребителю.

Логистические затраты по своему экономическому содержанию частично совпадают с издержками, возникающие в процессе производства, но в большей мере связаны с транспортно-складскими издержками, расходами на упаковку и тару, а также расходами связанными с завозом товаров и их отправке потребителям, и другими составляющими издержками обращения.

Для Республики Беларусь логистика является относительно новой отраслью, и как следствие, отсутствуют качественные транспортно-логистические центры, способные не только обслуживать потребности бизнеса, но и способствовать развитию услуг грузоперевозчиков. Улучшение работы предприятия в сфере распределения товаров не требует больших дополнительных капиталовложений и при этом обеспечивает высокую конкурентоспособность поставщика за счет снижения себестоимости, сокращения времени выполнения заказа, соблюдения согласованного графика поставок.

Исходя из вышесказанного, можно увидеть высокую степень актуальности выбранного исследования на макроуровне, а также на уровне предприятия.

Принципиальное отличие внедряемой на предприятие распределительной логистики от традиционного подхода к организации сбыта и продажи заключается в следующем: подчинении процесса управления материальным потоком целям и задачам маркетинга; системной взаимосвязи процессов распределения, производства и закупок; системной взаимосвязи всех функций внутри распределения [1].

На основании проведенного исследования функционирования ОАО «Пинский винодельческий завод» было выявлено отсутствие логистики распределения. Для адаптации распределительной логистики на ОАО «Пинский винодельческий завод» предложен метод Донабедиана (Donabedian).

В основе этого метода поэтапно рассматриваются характеристики качества, подразделяющиеся на массивы «потенциал», «процесс» и «результат». Массив «потенциал» учитывает наличие всех ресурсов, необходимых для предоставления услуг сбытовой логистики, например способности и знания сотрудников или техническое оснащение. Массив «процесс» включает в себя общность

всех видов деятельности, которые составляют сбытовую логистику. Массив «результат» описывает ориентацию предприятия на определенные качества услуг, которые будут лежать в основе взаимодействия ОАО «Пинский винодельческий завод» и его контрагентов, т.е. качество процесса доведения товара до потребителя. Для этих трех массивов на последнем этапе уточнения и унификации выводится множество характеристик.

Для проведения данного анализа было задействовано 11 контрагентов. С помощью тестов по 5-балльной шкале контрагенты определяли значимость параметров, которые лежат в основе создания и функционирования логистики на ОАО «Пинский винодельческий завод» (0 – наиболее значимые, 5 – наименее значимые). В результате проведенного анализа был выведен рейтинг данных параметров. Ниже перечислены требования контрагентов к сбытовой логистике на ОАО «Пинский винодельческий завод» и среднее значение балла, полученное при исследовании.

Безущербная поставка – 0,91

Соблюдение сроков – 1

Доставка в нужное время – 1,09

Быстрое извещение о задержках поставок – 1,09

Высокая степень готовности к поставкам – 1,09

Правильная обработка информации – 1,09

Точность поставки по виду и количеству грузов – 1,18

Безошибочное проведение расчетов – 1,18

Быстрая реакция на изменение желаний клиента – 1,18

Краткосрочная гибкость при поставках – 1,18

На основании данного рейтинга, чрезвычайно важным для контрагентов ОАО «Пинский винодельческий завод» являются такие характеристики качеств, как безущербная поставка и соблюдение сроков поставки груза. То есть в таблице отражены именно те требования, на которые данное предприятие в первую очередь должно обратить внимание при создании логистики распределения и на основе которых в последующем будут строиться логистические услуги.

Внедрение распределительной логистики на предприятие поможет рационализировать и оптимизировать последовательность операций в процессе доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с его интересами и требованиями.

На основании рассмотренных теоретических аспектов и проведенных исследований распределительной логистики на предприятии сделан главный вывод: умение правильно организовать логистический процесс играет одну из главных ролей в эффективном функционировании предприятия.

Список использованной литературы

1. Менеджмент организации: Учебное пособие для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки менеджера. Под общей ред. В.Е. Ланкина. Таганрог: ТРТУ, 2006. [Электронный ресурс]. — 2010. — Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m98/7_9.htm — Дата доступа: 26.02.2011.