

## РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА

Студент гр. 11306112 Максимович Р.А.

Канд. экон. наук, доцент Гурина Е.В.

Белорусский национальный технический университет

Современные условия и географическое положение Республики Беларусь таковы, что ключевую роль в экономическом развитии нашей страны играет становление и развитие логистических связей. В Минской области в связи с пересечением здесь двух транспортных коридоров строиться наибольшее количество логистических центров. Основной целью этих центров является обеспечение доставки нужных товаров в нужное место, в нужное время с минимальными затратами и распределение этих товаров между оптовыми покупателями.

Изучением указанного комплекса задач и занимается распределительная логистика. Иными словами распределительная логистика - это комплекс всех действий, направленных на распределение товарного потока между оптовыми покупателями. Ключевыми моментами решения данного вопроса являются: способность удовлетворить спрос заказчика (т.е. поддерживать определенный уровень товарных запасов) вовремя и качественно.

Участие крупных логистических центров в пути распределения товара должно происходить в каналах первого и второго уровня, т.е. в цепочке *производитель - покупатель* целесообразно создавать промежуточные звенья: *оптовый посредник и розничный посредник*. Это будет иметь огромное значение для производителя в части снижения затрат на складское хранение товара, снижение транспортных расходов.

Основной проблемой использования посредников в распределительной логистике является оторванность производителя от потребителя. В силу увеличения распределительного канала теряется связь между ними. Использование производителями посредников в продвижении товаров на рынке усложняется двумя факторами: необходимостью дополнительных финансовых вложений и знанием конъюнктуры рынка данного региона для данного товара. Поэтому в функции посредника должно входить: 1. Исследование спроса на рынке для данного товара; 2. Нахождение и установление связей с потенциальным покупателем; 3. Совершение сделки (подписание договоров о поставке, согласование цен); 4. Транспортировка и складирование товара; 5. Доставка к покупателю.

Таким образом, при выработке решения о необходимости обращения к посредникам следует обосновать эффективность объемов их услуг.