

УДК 658.81

РОЛЬ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
THE ROLE OF AN EFFECTIVE GOODS DISTRIBUTION SYSTEM IN
THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES

Бурий В.В.

Научный руководитель – Хартковский В.Е., д.ф.-м. н., доцент,
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, г.

Гродно, Беларусь, e-mail: hartovskij@grsu.by

Buriy V.V.

Scientific supervisor - V.E. Khartovsky, Doctor of Physical and
Mathematical Sciences, Associate Professor, Yanka Kupala Grodno State
University, Grodno, Belarus, e-mail: zrtxxq@mail.ru

Аннотация. Статья исследует современные подходы к проектированию систем распределения товаров, включая различные модели и их преимущества. Рассматривается роль посредников, влияние технологических инноваций и автоматизации на эффективность логистики. Подчеркивается важность правильного выбора модели для повышения конкурентоспособности, удовлетворения потребностей клиентов и снижения затрат.

Annotation The article explores modern approaches to the design of product distribution systems, including various models and their advantages. The role of intermediaries, the impact of technological innovations and automation on logistics efficiency are considered. The importance of choosing the right model is emphasized in order to increase competitiveness, meet customer needs and reduce costs..

Ключевые слова: система распределения, модели распределения, оптимизация процессов, посредники.

Key words: distribution system, distribution models, process optimization, intermediaries.

Введение.

В современном мире эффективное распределение товаров является важнейшим элементом бизнес-стратегии любой компании. Система распределения охватывает все процессы, связанные с перемещением

товаров от производителя к конечному потребителю, и напрямую влияет на стоимость, скорость доставки и удовлетворенность клиентов. В условиях глобализации, цифровизации и роста конкуренции компании вынуждены постоянно адаптировать свои логистические процессы, используя различные подходы и технологии для повышения эффективности. Важной задачей является выбор оптимальной модели распределения, учитывающей специфику продукции, рынок и потребности клиентов.

Основная часть.

Системы распределения — это комплекс методов и каналов, с помощью которых продукция доставляется от производителя к конечному потребителю. В логистике системы распределения играют важную роль, так как обеспечивают своевременное и эффективное перемещение товаров на рынок.

Существует несколько видов систем распределения, а именно: прямая, косвенная, комбинированная и мультиканальная.

Прямая система распределения предполагает доставку товаров непосредственно от производителя к конечному потребителю без привлечения посредников. Она имеет свой ряд преимуществ, которые помогают осуществлять контроль над процессом и качеством обслуживания, снизить затраты на посредников и добиться более тесного взаимодействия с клиентами. Но также есть и определенные недостатки, а именно: высокие операционные расходы, связанные с управлением логистикой и доставкой, необходимость значительных ресурсов для организации системы.

Косвенная система подразумевает использование посредников, таких как оптовики, дистрибьюторы и розничные торговцы, для доставки товаров потребителям. Ее преимуществами являются расширение охвата рынка, доступность товара в разных регионах и снижение расходов на логистику. А говоря о недостатках, в данной системе осуществляется меньший контроль за качеством сервиса, а также может увеличиваться конечная стоимость продукта из-за комиссий посредников [1,2].

В комбинированной системе распределения компании используют как прямые, так и косвенные каналы для более эффективного покрытия рынка. Из преимуществ данной системы можно выделить максимизацию охвата и доступности товара, гибкость в управлении запасами, а также возможность реализации омниканальной стратегии. Но данная система сложна в управлении, так как требует координации

между различными каналами [3].

Проектирование системы распределения в первую очередь нацелено на следующие факторы:

- Максимизация доступности товаров — обеспечение необходимого количества товара в нужном месте и в нужное время.
- Минимизация времени доставки — обеспечение быстрой доставки к конечному потребителю.
- Оптимизация затрат — снижение операционных расходов и улучшение рентабельности.

Проектирование системы распределения предполагает гибкость для адаптации к изменяющимся условиям рынка. Например, крупные компании, такие как Amazon, создают распределительные центры в разных регионах для сокращения сроков доставки [4].

Проектирование системы распределения в нынешнее время не обходится без внедрения различных технологий. Рассмотрим некоторые из них:

- Автоматизация и цифровизация. ERP-системы (системы управления ресурсами предприятия) и аналитика данных помогают компаниям предсказывать спрос, управлять запасами и автоматизировать склады. Данные технологии позволяют сократить ручной труд и снизить вероятность ошибок.
- Сквозные цепочки поставок (End-to-End Supply Chain). Прямые поставки от производителя к клиенту становятся популярными, так как позволяют избежать привлечения посредников, сократить время и затраты на доставку.
- Система Just-In-Time (JIT). Метод, который направлен на минимизацию запасов на складе. С помощью предсказательной аналитики компания может доставлять товар непосредственно к моменту его необходимости [5].

Также стоит определить роль посредников в распределительной системе. К примеру, оптовые дистрибьюторы закупают товар большими партиями и обеспечивают его распределение по регионам, а розничные ритейлеры являются конечным звеном цепочки и взаимодействуют с потребителем. Они также выполняют маркетинговую функцию, представляя продукт покупателю. А логистические операторы, в свою очередь, обеспечивают перевозку и хранение товаров. Они влияют на скорость доставки, а также могут предлагать дополнительные услуги [6].

Каналы сбыта имеют свои особенности в данном случае, а компании используют их разнообразие для максимального охвата. Их можно разделить на традиционные, цифровые и омниканальные.

Традиционные представляют собой продажу через физические магазины или оптовые сети, а цифровыми являются интернет-магазины и маркетплейсы. В свою очередь, омниканальные являются объединением традиционных и цифровых, так как они объединяют онлайн- и офлайн-каналы. К примеру, клиенты могут заказать товар онлайн и забрать его в магазине [7].

Заключение.

Современные подходы к разработке системы распределения товаров становятся все более гибкими и разнообразными из-за изменений в предпочтениях потребителей, технологических новшеств и глобализации рынков. В условиях острой конкуренции и быстрого развития технологий компании вынуждены оптимизировать свои логистические процессы для обеспечения быстрой доставки товаров, снижения издержек и повышения уровня удовлетворенности клиентов.

Разнообразие систем распределения позволяет компаниям лучше подстраиваться под особенности своей продукции и запросы рынка. Прямые каналы дают возможность контролировать процессы, но требуют значительных вложений, в то время как косвенные каналы через посредников предоставляют более широкий охват рынка и снижают расходы на инфраструктуру. Эффективная разработка системы распределения товаров требует тщательного изучения всех доступных путей сбыта с учетом особенностей товара, реалий рынка и потребностей конечных потребителей. Компании, которые могут грамотно интегрировать различные подходы, получают конкурентное преимущество за счет более гибкой и оперативной логистики, а также лучшего клиентского сервиса.

Литература

1. Система распределения и товародвижения [Электронный ресурс]. – URL: [https://eor.dgu.ru/lectures_f/Электронный%20курс%20лекций%20Маркетинг/Лекция%206.htm#:~:text=Прямые%20каналы%20распределения%20\(каналы%20прямого,товаров%20конечным%20потребителям%20через%20посредников](https://eor.dgu.ru/lectures_f/Электронный%20курс%20лекций%20Маркетинг/Лекция%206.htm#:~:text=Прямые%20каналы%20распределения%20(каналы%20прямого,товаров%20конечным%20потребителям%20через%20посредников) (дата обращения 10.11.2024).
2. Гаджинский, И.М. Логистика / А.М. Гад-жинский. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 1998. - 228 с.

3. Левкин, Г.Г. Логистика распределения: учебное пособие / Г.Г. Левкин, Д.И. Заруднев. – Директ-Медиа, 2020. – 111 с.

4. Шеффи Й. Сила устойчивости // Массачусетский технологический институт – 2017. 488с.

5. Методы организации управления материальными потоками. Внедрение ERP системы и концепция Just in time [Электронный ресурс]. – URL:

https://enbv.narod.ru/text/Econom/logistic/logistic_basic/str/22.html

(дата обращения 10.11.2024).

6. Разница между оптовиками, розничными торговцами и дистрибьюторами [Электронный ресурс]. – URL:

[https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.b0c37504-](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.b0c37504-672f831d-06076590-74722d776562/https/www.marketing91.com/difference-between-wholesalers-retailers-and-distributors/)

[672f831d-06076590-](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.b0c37504-672f831d-06076590-74722d776562/https/www.marketing91.com/difference-between-wholesalers-retailers-and-distributors/)

[74722d776562/https/www.marketing91.com/difference-between-](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.b0c37504-672f831d-06076590-74722d776562/https/www.marketing91.com/difference-between-wholesalers-retailers-and-distributors/)

[wholesalers-retailers-and-distributors/](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.b0c37504-672f831d-06076590-74722d776562/https/www.marketing91.com/difference-between-wholesalers-retailers-and-distributors/) (дата обращения 10.11.2024).

7. Каналы продаж [Электронный ресурс]. – URL:

<https://beseller.by/blog/kanaly-pordazh/> (дата обращения 10.11.2024).

Представлено 13.11.2024