

УДК 339.18

Н.А.Лобынцева (6 курс, каф. ЭМЭП), Т.С.Лебедева, асс.

## МОДЕРНИЗАЦИЯ ФУНКЦИИ СБЫТА ПОСРЕДСТВОМ ОРГАНИЗАЦИИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

Не секрет, что российская экономика функционирует по законам рынка. Каждое предприятие в таких условиях ведет абсолютно самостоятельную политику, и только на нем лежит ответственность за результаты его деятельности.

В современных условиях хозяйствования рынок предъявляет к каждому субъекту финансово-хозяйственной деятельности достаточно жесткие условия, а проблемы в экономике России лишь усугубляют и без того тяжелое положение многих российских предприятий. Чтобы выжить и успешно функционировать в таких условиях, предприятию уже недостаточно просто производить продукцию в максимально возможном объеме, выполняя свои внутренние планы, важно эту продукцию затем еще и реализовать. В условиях жесткой конкурентной борьбы выживает только то предприятие, которое сможет предложить рынку качественную продукцию по более низкой цене, чем у конкурентов.

Цена продукции зависит не только от затрат на ее производство, но и от затрат на ее транспортировку, складирование, реализацию и т.д. Снижая эти затраты, мы снижаем себестоимость продукции, повышая таким образом свою прибыль.

В условиях нынешней российской экономики, когда остро стоят вопросы решения таких негативных моментов как отсутствие обоснованной стратегии развития систем сбыта товаров, неразвитая транспортная инфраструктура, отсутствие современных транспортных средств, высокая степень износа подвижного состава транспорта, низкий уровень развития производственно-технической базы складского хозяйства, нехватка современного технологического оборудования по грузопереработке, слабый уровень механизации и автоматизации большинства складских работ, наиболее выигрышным решением проблемы может стать появление посреднических фирм, специализирующихся на распределительно-складской логистике (рис. 1).

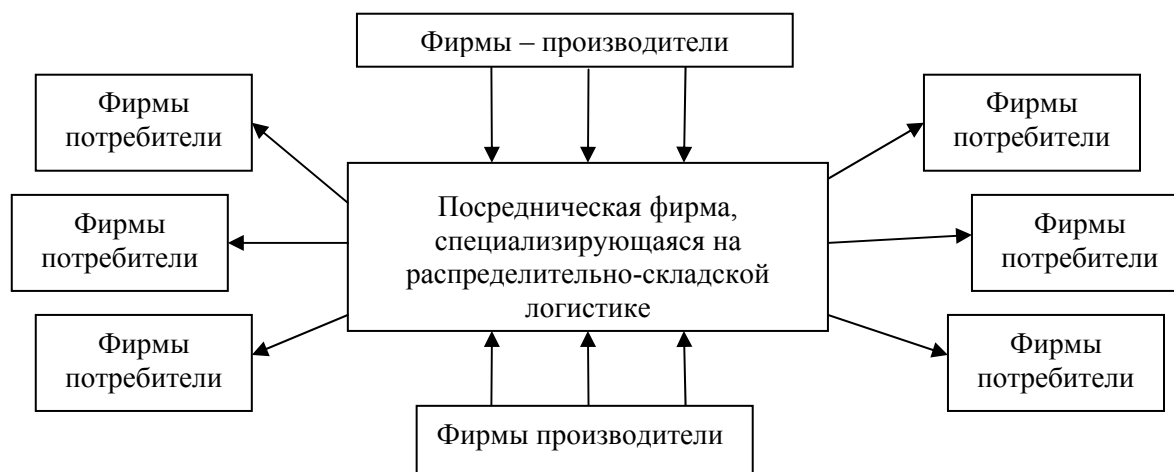


Рис. 1. Принципиальная схема функционирования посреднической фирмы, специализирующейся на распределительно-складской логистике.

Такая фирма должна иметь в своем распоряжении достаточные для крупного опта складские площади, оснащенные специализированным оборудованием для обработки однотипного (т.е. складирование осуществлялось бы только для изделий определенной товарной группы) грузопотока, а также штат транспорта для осуществления посреднических

перевозок. Расположение такого крупнооптового склада должно быть обоснованно экономически в соответствии с географическим положением поставщиков, потребителей и соответственного объема грузопотока.

Такая фирма могла бы применять маркетинговые мероприятия по продвижению товаров на большей территории и экономить, в этой сфере, на более узкой специализации. Если делать акцент на определенный вид товаров (например, канцтовары), то гораздо легче проводить маркетинговые мероприятия, а также проводить непосредственное прогнозирование.

Названная фирма могла бы заключать посреднический договор с промышленниками-производителями на организацию хранения их продукции и ее последующего сбыта. Осуществлять перевозки от производителя до склада можно было бы посредством сил как производителя, при условии наличия у него штата транспорта, так и силами самой посреднической фирмы, организующей хранение. Действия по перевозке по цепи посредник-потребитель также могут осуществляться силами и посредника и потребителя, в зависимости от наличия подвижного состава.

Такое распределение дает преимущество всем участникам логистической цепи. Производитель экономит средства на хранение, перевозку и дистрибьюцию; посредник имеет возможность четко отслеживать движение грузопотока, что дает преимущество во времени и анализе поставки, а также возможность использовать управленческие системы. Потребитель получает товар вовремя, без задержек, а также имеет достаточно широкий выбор продукции по однотипной номенклатуре товарных позиций, что позволяет создавать каталоги по ассортиментным позициям со специализацией на определенную товарную группу. Кроме того, есть большая вероятность заключения долгосрочных договоров с предприятиями-потребителями, за счет четко проработанной схемы поставки.

Положительным примером складов такого типа могут служить магазины-склады, так называемые «мегамарты», только данная разновидность складов рассчитана на мелкооптовую или розничную торговлю. На территории целого региона имеет смысл рассматривать крупный опт, отсюда и экономия на масштабах.

К сожалению, сложная экономическая ситуация в стране и напряженность в социальной сфере препятствует продвижению в российском бизнесе новых логистических идей, связанных с улучшением (упрощением) цепей поставок. Монополизация практически во всех отраслях, финансовый кризис, низкий уровень жизни социума, «утечка» инвестиций, отсутствие глобального роста объемов производства отрицательно сказываются на возможности внедрения и развития логистических, маркетинговых нововведений.