

**Гаврилова Татьяна Олеговна**

студентка

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет

им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Свердловская область

## **ФИРМЫ-ПОСРЕДНИКИ В ДИСТРИБУТИВНЫХ СЕТЯХ**

*Аннотация: в статье выясняется, от чего зависит структура дистрибутивной сети и определяется роль фирм-посредников в современном бизнесе. Приведена классификация посредников и рассмотрены их функции.*

**Ключевые слова:** экономика, логистика, дистрибуция, фирма-посредник, дистрибутивная сеть.

Коммерческий успех фирмы на рынке определяется в большей мере сбытом продукции. За последние 15–20 лет граница между маркетингом, сбытом и логистикой практически исчезла. Основные сбытовые функции схожи с логистическими и маркетинговыми. Главная задача сбыта в условиях рыночной экономики – увеличение объема продаж в условиях жесткой конкуренции.

Товары производителей доходят к конечным и промежуточным потребителям по согласованным дистрибутивным каналам, тем самым они вместе составляют дистрибутивную сеть компании.

При разработке схемы дистрибутивной сети и выборе каналов распространения продукции нужно учитывать множество различных факторов. Сюда входит характер производства и спроса, имеющиеся ресурсы в дистрибуции, территориальные особенности реализации продукции, особенности привлекаемого дистрибутора (покрываемая территория, знание рынка, технический потенциал, контакты с покупателями и т. п.), наличие информационно-компьютерной поддержки и др.

Современный бизнес с его высокой специализацией приводит к необходимости использовать в дистрибутивных каналах фирм-посредников. Функции посредников, можно разделить на:

- поддерживающие функции (стандартизации качества дистрибуции, финансирования, страхования рисков и так далее);
- функции физического распределения;
- функции купли-продажи;

Среди посредников в дистрибуции, выполняющих функции поддерживающие, можно указать на предприятия и учреждения финансового сервиса (банки, финансовые компании, клиринговые и расчетные центры и компании и так далее), предприятия информационного сервиса (информационно-диспетчерские центры, предприятий связи и так далее), страховые компании, учреждения стандартизации, лицензирования и сертификации и т. д.

Центральное место дистрибуции занимают посредники, выполняющие кроме функций обмена многие другие функции физического распределения и поддерживающие (например, транспортировки, управления запасами, экспедиции, страхования, грузопереработки, кредитно-финансового обслуживания, предпродажного и послепродажного сервиса и так далее).

Торговые посредники в зависимости от их функций в дистрибутивной сети фирмы-производителя продукции могут классифицироваться по трехуровневой системе.

3-й уровень, непосредственно приближенный к потребителям, содержит такие признаки, как оказываемые сервисные услуги, класс потребителей, методы организации торговли, право собственности.

2-й уровень классификации характеризует в основном степень полноты охвата посредниками всех торгово-распределительных функций в дистрибуции и уровень сопутствующего сервиса.

А 1-й уровень приобретает право собственности на товар со всеми сопровождающими это право коммерческими рисками.

В настоящее время различают три основных типа организации продаж фирмы-изготовителя: ориентированная на потребителя (вертикальная дистрибутивная сеть, во главе которой директор по продажам); регионально-ориентированная (горизонтальная дистрибутивная сеть, в которой директор возглавляет

---

отделения регионов); продуктово-ориентированная (смешанная дистрибутивная сеть, в которой директор по продажам руководит региональными менеджерами по разным видам продукции).

Таким образом, дистрибутивная сеть компании и правильный выбор фирм-посредников определяют результаты работы фирмы, которые входят в один из показателей распространенного «Z-счета» Альтмана. Его итоговый коэффициент определяет вероятность банкротства, а также рентабельность. Каждый предприниматель должен понимать, что лучше вовремя потратить деньги на подсчет рисков, чем превратиться в банкрота после очередного кризиса, и логистика в этом вопросе играет значительную роль.

### ***Список литературы***

1. Аникин Б.А. Логистика: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 1996. – 465 с.
2. Бородин К.И. Оценка вероятности банкротства // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития: Материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 27 мая 2017 г.) / Редкол. О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. – С. 55–57.
3. Сергеев В.И. Менеджмент в бизнес-логистике. – М.: Филип, 1999. – 772 с.