

Бородин Кирилл Иванович

студент

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет

им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Свердловская область

ТИПЫ ДИСТРИБУТИВНЫХ СЕТЕЙ

***Аннотация:** в данной статье раскрывается определение понятий дистрибуция и дистрибутивная сети, выясняется от чего зависит структура дистрибутивной сети и на какие типы она делится. Автором также указаны основные вектора развития сбытовой деятельности.*

***Ключевые слова:** экономика, логистика, дистрибуция, ассортимент, кастомизация, дистрибутивная сеть.*

Дистрибуция – это логистическая активность, заключающуюся в прохождении продукцией цепочки от производителей к конечным потребителям, качественного сервиса и организации продаж.

Дистрибутивный канал определяют как упорядоченное количество звеньев в логистической системе, содержащие все логистические цепи и их участки, проводящие сервис и материальные потоки от фирмы производителя до потребителей. Полное множество всех действующих дистрибутивных каналов образует дистрибутивную сеть фирмы.

Виды дистрибутивных каналов и структура сети зависят от: стратегических и тактических целей и планов фирмы на рынке сбыта продукции; видов и параметров материальных потоков; логистической стратегии фирмы; продуктовых характеристик и ряда других факторов.

Структура дистрибутивных каналов и сетей, а также логистические решения в дистрибуции определяются двумя основными положениями фирмы-производителя продукции: специализация и ассортимент.

Концепция продуктового ассортимента заключается в создании так называемого продуктового разнообразия, требуемого конкретными потребителями.

Ассортиментный процесс содержит три этапа: концентрацию, кастомизацию и рассеивание.

Концентрация представляет собой сбор больших количеств одного продукта или нескольких различных продуктов. Использование в дистрибутивных каналах центров консолидации позволяет уменьшить общее количество транзакций за счет того, что потребители могут разместить ассортиментный заказ на консолидационном центре.

Вторым этапом увеличения ассортимента это кастомизация, это процесс группировки продуктов в уникальные комбинации. Результатом кастомизации являются такие продуктовые комбинации, которые удовлетворяют специфическим запросам потребителей.

Заключительным этапом ассортиментного процесса является рассеивание – отправка уникальных ассортиментных групп товаров потребителям в заданное место и время.

Строение дистрибутивных сетей и каналов можно разграничить по нескольким признакам. Количество торговых точек:

- селективное распределение – торговых точек мало, и они удовлетворяют специальные потребности рынка;
- интенсивное распределение – большое число торговых точек, это позволяет более интенсивно «покрывать» рынок.

Признак прямолинейности (количество звеньев вертикального канала):

- непрямую дистрибуцию – товары поступают потребителям пройдя систему посредников – оптовых и розничных торговцев.
- прямую дистрибуцию – производитель продвигает и продает продукцию в большинстве случаев сразу потребителям через отделы продаж и структуры сбыта.

Строение дистрибутивной сети и схемы цепей зависят от вида производимой продукции, ее качества и типа потребителей.

Таким образом, самые перспективные направления развития сбытовой деятельности: качественная система распределения, повышающая надежность

поставок при сокращении уровня запасов и несмотря на это обеспечивающая доступ к рынкам сбыта мелким фирмам; развитие обеспечения информацией всех участников торговых договоров на поставку товара.

Список литературы

1. Аникин Б.А. Логистика: Учебное пособие / Б.А. Аникин. – М.: Инфра-М, 1996. – 465 с.
2. Сергеев В.И. Менеджмент в бизнес-логистике / В.И. Сергеев. – М.: Филипп, 1999. – 772 с.
3. Смехова А.Д. Основы транспортной логистики / А.Д. Смехова. – М.: Транспорт, 1994. – 177 с.