

4. So Young Sohn, Jong Ha Lee Estimation of the Amount of Damage due to Technology Leakage // APIEMS 2008 Proceedings of the 9th Asia Pasific Industrial Engineering & Management Systems Conference.

5. Костин А.В. Убытки правообладателей интеллектуальной собственности: точка зрения оценщика // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – М., 2008. – №12.

Ю.А. Тихоновецкая, аспирант, УО БГЭУ (г. Минск)

К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Произведенный товар подлежит реализации населению посредством использования различных каналов распределения. В условиях развитых товарно-денежных отношений под распределением товаров понимается система мероприятий конкретного товаропроизводителя-собственника товара по обеспечению его сбыта на рынках через каналы распределения – внутрифирменные или посреднические [1, с. 399]. Считается, что основоположником теории управления цепочками поставок и каналами дистрибуции является Питер Друкер, рассматривавший дистрибуцию как одну из важнейших областей бизнеса, за счет которой можно добиться значительного увеличения экономической эффективности и сокращения затрат.

Доставка товаров может осуществляться как непосредственным производителем, так и некоторыми физическими либо юридическими лицами, выступающими в роли посредников. Совокупность таких посредников – отдельных лиц и предприятий, принимающих на себя право собственности на товар или способствующих его передаче другим по пути движения товара от производителя к потребителю, образует канал распределения [2, с. 116].

Американская ассоциация маркетинга определяет канал распределения следующим образом: структура, объединяющая внутренние подразделения организации с внешними агентами и дилерами, оптовыми и розничными торговцами, через которых осуществляется продажа товаров, продуктов или услуг [3, с. 104].

В соответствии с критерием длины канала распределения различают прямые цепи, когда производитель напрямую осуществляет комплекс задач по дистрибуции своего товара среди потребителей, и не прямые цепи, то есть такие, которые задействуют большее или меньшее число дистрибьюторов-посредников [4, с. 15]. Как отмечает И.А. Дубровин, «выбор канала распределения товара диктуется составом потребителей, средним размером приобретаемой партии, количеством потребителей, их концентрацией, возможностями самого предприятия, его специализацией, имеющимися ресурсами, опытом коммерческой деятельности» [5, с. 280]. Кроме того, необходимо также учитывать специфику самого товара (сроки хранения, конструктивные особенности), а также предложения конкурентов.

Необходимо отметить, что длина цепи распределения зависит от выбора экономической модели, находящейся под влиянием многих факторов. Очевидно, что увеличение числа посредников позволяет уменьшить количество контактов с участниками рынка. По мнению Пьера Лассега, присутствие посредников имеет положительное значение, если оно позволяет снизить коммерческие расходы, если оно регулирует

потоки спроса, адресованные производителю, и если посредникам удается в своих операциях получить выигрыш в производительности, который иначе был бы недоступен производителю [4, с. 18]. В обратном случае, то есть при невозможности обеспечения посредником услуг, сопровождающих распределяемую продукцию, присутствие посредника в цепи дистрибуции нецелесообразно.

Посредники эффективнее выполняют специальные функции распределения, такие как операционные (включают процессы закупки товаров, перепродажи и риска, обусловленного хранением товара); логистические (включают комплектацию товаров, хранение, представление покупателям и доставку потребителям); обеспечивающие (создают условия для информационного обеспечения рынка, маркетинговых коммуникаций и кредитования коммерческих операций [5, с. 269].

В зависимости от совершенного выбора различают три основных типа политики распределения:

1. Интенсивная дистрибуция – состоит в предложении товаров в самом большом числе каналов и возможных торговых точек. Данная политика реализуется производителями товаров массового спроса, то есть таких товаров, покупка которых зависит, прежде всего, от их наличия в торговой точке;

2. Эксклюзивная дистрибуция – производители наделяют правом реализации своих товаров отдельным каналам дистрибуции, которым они доверяют эксклюзивное право реализации данных товаров в заданной зоне;

3. Селективная дистрибуция – состоит в отборе, селекции каналов и дистрибьюторов без предоставления им эксклюзивного права продажи на указанной территории, но и без навязывания дистрибьюторам ограничений по реализации продукции конкурентов [4, с. 67-68].

Возрастает значение многоканальных систем распределения, которые позволяют использовать несколько каналов распределения и тем самым охватить несколько сегментов рынка. Так, производитель может продавать свою продукцию, используя собственные фирменные магазины, а также через розничную торговую организацию либо прибегая к услугам оптовых организаций. Использование дополнительных каналов распределения позволяет производителям расширить охват рынка своей продукцией и адаптировать свои товары к специфическим требованиям различных потребительских сегментов рынка. Использование стратегии интенсивного распределения также является одним из инструментов роста продаж. Суть данной стратегии состоит в том, что производитель стремится разместить свой товар в максимально возможном количестве торговых точек, чтобы покупатель мог приобрести данный товар в удобном для себя месте и в удобное время.

В Республике Беларусь основными участниками каналов распределения выступают организации оптовой и розничной торговли.

Организации оптовой торговли осуществляют закупки значительных объемов товаров для их последующего распространения в целях дальнейшей переработки и реализации потребителям через розничные каналы. Оптовую торговлю можно рассматривать с позиций макро- и микроэкономики. Так, с макроэкономических позиций оптовая торговля является отраслью экономики и ее сферы обращения, а также процессом преобразования материальных продуктов производства в предметы потребности розничных продавцов как покупателей в масштабах национальной экономики. С

позиций микроэкономики, оптовая торговля представляет собой нишу предпринимательской деятельности и процесс придания потребительских свойств исходным для оптовой торговли материально-техническим ресурсам как ее товарам посредством предоставления услуг на уровне частных, коллективных и иных отношений собственности [6, с. 23]

Значение оптовой торговли проявляется в том, что она обеспечивает потребности, обусловленные различиями товарного обмена, а также организацию движения товаров в сфере обращения ввиду неравномерного размещения производства и потребления по регионам и сезонам. Оптовые организации организуют многократные поставки товаров от предприятий-изготовителей, привлекая к участию одновременно несколько потребителей, разделенных объемами закупок и расстоянием.

Организации розничной торговли осуществляют деятельность, связанную с продажей товаров и услуг конечным потребителям для личного использования. Функции розничной торговли включают закупку, продажу, хранение товаров; их подсортировку, подработку и приведение к товарному виду; финансовую и информационную деятельность.

Произошли значительные изменения в торговой инфраструктуре, характеризующиеся появлением новых форматов торговли, расширением ассортимента, повышением культуры обслуживания, укрупнением торговых организаций и появлением крупных торговых сетей по всей стране и т.д.

В свою очередь, развитие торговли обуславливает необходимость совершенствования системы распределения товаров, является стимулом для развития складской логистики и строительства логистических центров. Современный логистический центр можно охарактеризовать как комплекс, выполняющий функции складирования, таможенного оформления грузов, оказывающий экспедиторские услуги и осуществляющий доставку груза с минимальными затратами и в кратчайшие сроки. В настоящее время в республике такое звено в канале товародвижения как логистический центр отсутствует и зачастую товар в торговые точки доставляется непосредственно от производителя. Это вынуждает розничную торговлю содержать значительные запасы товаров, что с экономической точки зрения неэффективно. Помимо этого, доставка грузов может осуществляться не точно в срок, а с опозданием, что провоцирует возникновение дефицита товара у розничного торговца. Включение такого звена, как центральный (региональный) распределительный склад позволит осуществлять своевременную доставку необходимого ассортимента товаров в торговые точки. Это также позволит сократить складские площади магазинов и преобразовать их в торговые.

Развитие системы товародвижения актуально не только для субъектов хозяйствования, но и для государства в целом, так как дает возможности для оптимизации экспортно-импортных потоков, увеличения экспорта транспортных услуг, продвижения отечественных товаров на зарубежные рынки. В Республике Беларусь разработана концепция создания комплексной транспортно-логистической системы, которая предусматривает создание в стране нескольких современных логистических центров, объединенных в единую сеть [7, с. 293].

Состояние логистической инфраструктуры (транспорта, оптовых баз и товарных рынков) повсеместно в мире служит критерием рыночной развитости и инвестиционной привлекательности, а также экспортно-активизирующим фактором той или

иной территории [8, с. 133]. Следовательно, развитие торгово-транспортной и соответствующей информационной инфраструктуры может стать важным катализатором повышения инвестиционной активности в Республике Беларусь.

Кооперация усилий и интеграция всех участников товародвижения является основой для совершенствования данного процесса на всех его уровнях. Очевидно, что добиться успеха путем снижения сроков поставок с сохранением качества товара невозможно без наличия соответствующей материально-технической базы, квалифицированного персонала и тесного сотрудничества с предприятиями-производителями. Именно на данных аспектах должны быть сосредоточены усилия всех участников каналов дистрибуции. Совершенствование процесса товародвижения также будет способствовать сокращению затрат и как результат – снижению себестоимости продукции. Достижение данных целей возможно путем ориентации на следующие направления совершенствования функционирования цепочек поставок:

- сдвиг от «проталкивания» товаров к выполнению заказов, то есть переход к цепочкам поставок, управляемых спросом;
- передача большей власти в области маркетинга канала клиентам;
- повышение роли информационных систем в целях усиления контроля над цепочкой поставок;
- исключение ненужных запасов из цепочки поставок;
- сосредоточенность на основной компетенции, расширение практики аутсорсинга, то есть передача непрофильной деятельности специалистам [9, с. 30].

Совершенствование комплекса дистрибуции по данным направлениям будет также способствовать сокращению складских запасов, повышению степени сохранности грузов; оптимизации снабженческих и транспортно-складских работ на предприятиях, сокращение числа излишних посредников и порожних рейсов с соответствующей экономией средств; загрузке действующих и созданию новых производственных мощностей и рабочих мест; развитию инфраструктуры товарных рынков, привлечению зарубежных грузопотоков и инвестиций, сопровождающийся ростом финансового оборота, налогов и сборов.

Литература

1. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика.- М.: Академический проект, 2006.- 445 с.
2. Акулич И.Л. Маркетинг.- Мн.: Изд.центр БГЭУ, 2003.- 338 с.
3. Бауэрсокс Д.Д. Логистика / Доналд Бауэрсокс, Лэйвид Дж. Клосс.- 2-е изд.- М.: Олимп-Бизнес, 2005.- 639 с.
4. Тарондо Ж. Дистрибуция.- [4-е изд.]- СПб.: Нева, 2003.-127 с.
5. Дубровин И.А. Маркетинг продовольственных товаров.-М.: КолосС, 2008.- 405 с.
6. Голиков Е.А. Оптовая торговля / Е.А. Голиков.- М.: Экзамен, 2003.- 350 с.
7. Экономический рост республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы междунар. Науч.-практ. Конф., посвящ. 75-летию БГЭУ (Минск, 20 мая 2008 г.): в 2 т.- Минск, БГЭУ. 2008.-Т.1.- 563 с.
8. Шумаев В.А. Логистика товародвижения / В.А. Шумаев.- М.: Изд.дом «Новый век», 2001.- 194 с.
9. Логистика и управление розничными продажами/ под редакцией Дж. Ферни Л. Спаркса.- Новосибирск: Сибирское университетское издательство, 2007.- 262 с.