**РЕФЕРАТ**

**по курсу «Основы экономики»**

**по теме: «Сбытовая политика и логистика на предприятии»**

**1. Сбытовая политика фирмы, ее элементы и формы реализации**

В большинстве случаев производство и потребление продукции не совпадают ни во времени, ни в пространстве. Поэтому какими бы разнообразными потребительскими свойствами не обладал готовый продукт, на реальный коммерческий успех фирма может рассчитывать только при условии рационально организованного его (продукта) распределения и обмена, т.е. сбыта.

Фирмы "имеют альтернативы в организации распределения своего продукта. При этом в ее основе лежат принципиальная ориентация на удовлетворение многообразных запросов конечного потребителя (либо на построение такой системы распределения, которая была бы эффективна как для самой фирмы, так и для посредников) и способ ее осуществления, рассматриваемый как совокупность действий по максимальному приближению товара к целевой группе потребителей (либо, наоборот, привлечения потребителей к товару фирмы). Выбор ориентации и способа удовлетворения запросов потребителей и составляет суть формируемой «политики» фирмы в области сбыта.

Сбытовую политику фирмы-изготовителя продукции следует рассматривать как целенаправленную деятельность, принципы и методы осуществления которой призваны организовать движение потока товаров к конечному потребителю. Основной задачей является создание условий для превращения потребности потенциального покупателя в реальный спрос на конкретный товар. К числу таких условий относятся элементы сбытовой политики, каналы распределения (сбыта, товародвижения) вместе с функциями, которыми они наделены.

Основными элементами сбытовой политики являются следующие:

транспортировка продукции - ее физическое перемещение от производителя к потребителю;

доработка продукции - подбор, сортировка, сборка готовых изделий и прочее, что повышает степень доступности и готовности продукции к потреблению;

хранение продукции - организация создания и поддержания необходимых ее запасов;

контакты с потребителями - действия по физической передаче товара, оформлению заказов, организации платежно-расчетных операций, юридическому оформлению передачи прав собственности на товар, информированию потребителей о товаре и фирме, а также сбору информации о рынке. Под каналом сбыта понимается путь прохождения готовой продукции от изготовителя к потребителю. Формируя канал сбыта, каждая фирма наделяет его конкретными функциями, которыми могут быть:

маркетинговые исследования;

участие в формировании окончательной цены товара;

участие в корректировке планов производства и сбыта на основе отслеживания позиции товара на рынке;

проведение комплекса работ по предпродажной подготовке продукции и организации послепродажного сервисного обслуживания потребителей;

создание сети торговых точек и ведение продажи товара конечному потребителю;

стимулирование спроса на товар посредством рекламы, предоставления гарантий и повышения уровня обслуживания, дифференциации условий оплаты за товар.

Отношение к выполнению вышеперечисленных функций является основанием для определения фирмой конкретной позиции в процессе выбора канала сбыта.

Несмотря на то, что главных классификационных признаков всего два (основа организации системы и число посредников), отношения между фирмой-производителем, торговыми посредниками и конечными потребителями могут приобретать множество видов и форм. Наиболее активная роль в этих отношениях принадлежит фирме-производителю, которая при выборе системы сбыта в первую очередь учитывает фактор риска товародвижения, а также оценивает издержки на сбыт и прибыль.

Система прямого сбыта предусматривает непосредственную реализацию продукции конечному потребителю. Соответственно, их связывает и прямой канал сбыта. Его отличительной особенностью является возможность для фирмы-производителя контролировать путь прохождения продукции до конечного потребителя, а также условия ее реализации. Однако в этом случае фирма несет существенные внепроизводственные издержки, обусловленные необходимостью создания дорогостоящих товарных запасов, затрачивает большое количество ресурсов на осуществление функции непосредственного доведения (продажи) товара до конечного потребителя, при этом возлагая на себя все коммерческие риски товародвижения. Вместе с тем с позиции фирмы-производителя, преимуществом такой формы сбыта является ее право на максимальный объем прибыли, какой только можно выручить от продажи производимой продукции (услуг). Коммерческую выгоду прямого канала сбыта усиливает возможность непосредственного изучения рынка своих товаров, поддержания тесных связей с потребителями, проведения исследований по повышению качества товаров, воздействия на скорость реализации с целью уменьшения дополнительной потребности в оборотом капитале.

Прямой сбыт осуществляют, используя принадлежащие фирме-производителю:

а) региональные сбытовые филиалы, имеющие штат квалифицированных специалистов, знающих местный рынок, конкурентов, способных предложить соответствующие запросам потребителей условия продажи товаров и сервис;

б) сбытовые конторы или службы без создания товарных запасов с выполнением функции по заключению сделок «под заказ», изучению рынка, поддержанию контактов с потребителями;

в) специальных агентов, имеющих или не имеющих право на заключение сделок, в функциональные обязанности которых, помимо прочих, входит демонстрация товара клиенту;

г) розничную сеть (киоски, магазины, салоны и др.).

Предусматривается также использование средств массовой информации и личных контактов собственника фирмы-производителя с конечными потребителями.

В случае, когда система предусматривает участие в сбыте независимых торговых посредников и отношения между производителем и конечным потребителем опосредованы, канал их связи носит название косвенного. Такие каналы строятся на использовании опыта посредников и различных форм сотрудничества с торговой сетью. Здесь фирма перекладывает значительную часть издержек по сбыту и соответствующую долю риска на формально независимых контрагентов, снижая контроль за товародвижением, и, как следствие, уступает им часть коммерческой выгоды.

При организации косвенного канала сбыта возникает потребность в определении его длины и ширины: длина канала - это количество уровней канала, т.е. однофункциональных посредников; ширина канала - число посредников, условно находящихся на одном уровне.

По количеству посредников на каждом уровне канала сбыт может носить характер интенсивного, селективного или исключительного.

Очевидно, что по мере движения товара по каналам сбыта с участием посредников его физическому перемещению может сопутствовать и передача прав собственности. В этом случае полнота передаваемых посреднику прав на товар, форма передачи, степени его ответственности и риска различны. Соответственно этому посредники типизируются, а каналы с их участием приобретают сложную структуру.

Широко распространены типы посредников:

Зависимые торговые агенты, представители, брокеры, действующие по поручению и за счет клиента, специализируются на заключении сделок между производителями и потребителями, получают вознаграждение в виде процента от продаж или комиссионных, несут минимальный риск.

Дистрибьюторы, действующие за свой счет, но от имени производителя. Они имеют право на возврат товара, получают вознаграждение за счет разницы в ценах покупки и продажи, несут риск, безусловно, больший, чем зависимые посредники, но меньший, чем дилеры.

Посредники бывают самостоятельными либо связанными в вертикальную или горизонтальную маркетинговую систему (сеть), которая может быть:

1) договорной (между посредниками разных уровней или одного уровня);

2) корпоративной (один из посредников приобретает права на участие в капитале других участников канала сбыта);

3) управляемой (наиболее крупный участник канала координирует деятельность других посредников).

При этом инициатором создания такого структурно сложного канала распределения может выступать любой уровень - производитель, оптовый или розничный торговец.

**2. Логистика: сущность, функции и задачи логистической системы предприятия**

Известно, что материальные затраты, например, в промышленности составляют до 50 % всех расходов, а в отдельных отраслях достигают 80-90 %. Издержки, связанные с хранением материалов на складах (аренда, налоги, потери при хранении, порча, страхование и пр.), также составляют значительную статью в бюджетах фирм (в ряде случаев они достигают 10-15 % суммы расходов на приобретение материальных ресурсов). Кроме того, следует учитывать, что длительность процесса собственно преобразования сырья и материалов в готовую продукцию составляет, по некоторым оценкам, лишь 2 % общего производственного времени деятельности фирмы. Остальные 98 % приходятся на различные виды перемещений и хранение исходных материалов и готовой продукции, т. е. на процессы материально-технического обеспечения и сбыта, стоимость которых достигает нередко 30 % от общей суммы производственных издержек. Поэтому в большинстве случаев решение проблем более эффективной организации и регулирования процессов материально-технического обеспечения, складского хозяйства, поддержания необходимых запасов на складах и в производстве является основополагающим.

Изначально реализация логистических принципов сводилась к оптимизации технологического цикла производства и минимизации уровней запасов сырья и материалов. При этом процессы, обеспечивающие движение материальных ресурсов, часто были не согласованы между собой относительно поставленных целей и решаемых задач. Однако за последние десятилетия логистика обогатилась и получила продвижение за счет взаимного проникновения менеджмента, маркетинга, управления качеством и т. д. Сказанное сразу нашло отражение в том, что с позиции современного интегрированного подхода логистику рассматривают как целостную систему планирования, управления и контроля за деятельностью всех функциональных подразделений и исполнителей, так или иначе участвующих в процессах движения и трансформации материальных потоков внутри и за пределами фирмы, и направленную на получение конкурентоспособной продукции в необходимом количестве с наименьшими затратами и к требуемому моменту времени.

Главной целью логистики следует считать интеграцию всех сфер деятельности фирмы, связанных с движением материальных потоков, в единичный комплекс (снабжение, производство, сбыт, включая перевозки, управление запасами, складирование, информационное обеспечение и др.), а ее назначением - формирование системы регулирования и контроля материальных и информационных потоков для решения следующих задач:

активной адаптации фирмы к изменяющимся внешним условиям и внутренним задачам;

оптимизации параметров материальных потоков;

снижения издержек производства товаров;

роста конкурентоспособности продукции фирмы.

Логистическая система - это сложная организационно-экономическая структура, состоящая из взаимосвязанных в единичном процессе управления материальными потоками функциональных звеньев и имеющая устойчивые связи с внешней средой. Под звеном логистической системы понимается экономический объект, преобразующий в соответствии со своим функциональным назначением входящие в него материальные и информационные потоки. Различают функциональное звено внешнего (поставщики, потребители, посредники) и внутреннего (подразделения фирмы) уровня.

Важнейшей частью логической системы является информационное обеспечение, предназначенное для сбора, обработки, передачи и хранения информации о материальных, трудовых и финансовых потоках. Под материальным потоком понимается определенным образом организованное и управляемое движение материальных ресурсов.

Параметры материальных потоков обусловливают ряд важных характеристик логистической системы. К их числу относятся: номенклатура товаров, начальный, конечный и промежуточный пункты их перемещения, наличие и величина запасов, интенсивность пополнения и расходования запасов, а также вид потока (входящий или выходящий).

Логистическая система характеризуется цикличностью внутрисистемных связей и связей с внешней средой, т. е. вход одного звена системы может служить выходом другого звена (например, при поступлении материалов со склада в производство и из производства на склады готовой продукции).

Движение материального потока (понимаемое не только как перемещение, но и, например, как вызванное технологическим воздействием изменение состояния материалов) определяется понятием «операция». В логистической системе операция - это совокупность действий, направленных на преобразование материального и сопутствующих ему информационных и финансовых потоков.

Логистические операции могут быть:

внешними - направленными на реализацию функций снабжения и сбыта;

внутренними - осуществляемыми а рамках функций производства.

Наиболее распространенными логистическими операциями являются складирование, транспортировка, комплектация, внутренние перемещения, погрузо-разгрузочные работы. К логистическим операциям могут быть отнесены также сбор, хранение и обработка данных информационного потока, сопровождающего движение материальных потоков.

Следует иметь в виду, что разработка логистических систем изменяет некоторые традиционные представления об экономике и организации производства. К примеру, существующее мнение о приоритетности полной загрузке мощностей заменяется на стремление минимизировать сроки прохождения оборотных средств. Обычным в настоящее время является изначальное (предусмотренное проектом) резервирование свободных мощностей для быстрого реагирования на изменение рыночного спроса, а приоритет выпуска больших партий изделий уступает требованиям высокого качества выпускаемой продукции.

Непосредственно к организации производственного процесса логистика предъявляет определенные требования:

поставка всех материалов в соответствующем количестве, ассортименте и качестве к моменту и месту потребления;

замена запасов материалов информацией о возможности их быстрого приобретения;

уменьшение оптимального размера партий поставок до габаритов тары, контейнера, вагона и т. д.;

выполнение всех заказов в минимальные сроки при должном уровне качества.

Логистическая система любой фирмы независимо от масштабов ее деятельности отвечает за планирование, управление, контроль потока товаров и материалов как внутри фирмы, так и за ее пределами. Организуя снабжение, производство и сбыт как единичный комплекс движения материальных потоков, система должна обеспечивать снижение затрат на изготовление продукции, повышать ее конкурентоспособность и гарантировать определенный уровень сервиса в обслуживании клиентов. С этой целью отдельные функциональные звенья фирмы решают взаимосвязанные задачи частных логистических функций. Специфика реализации их конкретного содержания определяется, главным образом, направлениями деятельности фирмы.

Функции логистической системы фирмы реализуются на протяжении всего производственно-коммерческого цикла, включающего процессы:

закупок сырья, комплектующих и других материальных ресурсов для производства продукции, их складирования и хранения;

внутрипроизводственных функций распределения, складирования и управления запасами готовой продукции;

доставки, разгрузки и складирования продукции у потребителей.

Эти процессы в совокупности с информационными и финансовыми потоками образуют функциональную логистическую среду со следующими компонентами:

закупочная логистика (снабжение), связанная со снабжением фирмы материалами, сырьем, полуфабрикатами;

производственная логистика, увязанная сдвижением материальных ресурсов в ходе производственно-технологического процесса;

сбытовая логистика, решающая вопросы реализации готовой продукции фирмы;

транспортная логистика, занимающаяся перемещением и транспортировкой материальных ресурсов;

складская логистика, обслуживающая процессы складирования и хранения материальных ресурсов.

Первые три блока являются основными; два последних вместе с информационным обеспечением относятся к тем составляющим логистической среды, с помощью которых снабжение, производство и сбыт объединяются и рассматриваются как интегрированная система управления материальными ресурсами.

Деятельность системы снабжения (закупочной логистики) фирмы предполагает организацию обеспечения производства необходимыми материальными ресурсами по оптимальному варианту и при определенном уровне эффективности. В рамках этого требования реализуются следующие функции:

Контроль за факторами макро- и микроуровня, влияющими на конъюнктуру рынков ресурсов, взаимоотношения с поставщиками и т. п.

Организация поставок материальных ресурсов; включающая:

определение номенклатуры сырья и материалов, размеров партий и периодичности закупок исходя из показателей производственной программы;

выбор поставщика, основанный на комплексе критериев, оценивающих не только уровень цен, но и технологические характеристики производственного процесса поставщика, качество производимых им изделий, а также признаки деловой активности контрагента;

определение и согласование с поставщиками условий поставки и оформление необходимой документации;

разработку маршрутов транспортировки и определение их основных параметров;

ведение складского хозяйства фирмы и организацию передачи сырья и материалов в производственный процесс;

развитие информационной службы с доведением до поставщиков необходимой информации о требованиях потребителя к качеству материальных ресурсов.

Задачами системы снабжения в рамках логистической системы являются:

учет выполняемых заказов в соответствии с графиком отгрузки продукции; контроль за поставками материальных ресурсов;

учет и контроль наличия материальных ресурсов;

обеспечение сбалансированности производства с движением материальных потоков;

анализ и прогнозирование соотношения между наличием материальных ресурсов и потребностью в них.

Внутрипроизводственная практика решает задачи по управлению материальными и связанными с ними финансовыми и информационными потоками в пределах технологического цикла производства продукции. При этом базой для их решения служат основные принципы организации производства (синхронизация, оптимизация, интеграция). Рациональность внутрипроизводственной логистики обеспечивается ритмичной работой всех звеньев производства; непрерывностью, гибкостью и маневренностью производства; соответствием системы оперативного управления типу и характеру конкретного технологического процесса; надежностью плановых расчетов (загрузки производственных мощностей, календарных планов производства, длительности производственных циклов, уровня запасов и незавершенного производства и др.).

Сбытовая логистика (логистика распределения) предназначена обеспечивать наиболее эффективную организацию распределения готовой продукции. Функции в системе сбытовой логистики подразделяются на: 1) коммерческие (содействующие покупке и продаже, осуществлению передачи права собственности) и 2) физические (транспортировка товаров, их хранение, защита, сервисное обслуживание).

С целью наиболее эффективного удовлетворения потребностей система сбыта должна включать точки конечного потребления товаров с применением наиболее эффективных транспортных средств и систем оптимального складирования.

Следует иметь в виду, что сбытовая функция логистики и сбытовая функция маркетинга являются взаимопроникающими. Элементы одной из них (каналы распределения товара и их типы, виды посредников в дистрибутивных сетях, тип распределения и др.) рассматриваются как компоненты другой, и в конечном счете образуется единая сбытовая сеть предприятия. Качество такой сбытовой сети можно оценить через показатели доступности продукта, время доставки, характеристики информационной поддержки системы сбыта, продуктового сервиса и др.

Транспорт при логистическом подходе является главным стратегическим элементом в управлении материальными потоками на фирме. Логистика транспорта призвана решать задачи оптимизации перевозок грузов от поставщика на предприятие, с предприятия на склад готовой продукции и далее по дистрибутивной сети. Оптимальность транспортной модели, как правило, оценивается:

характеристиками используемых транспортных средств и связанными с этим издержками;

местоположением и расстояниями до поставщиков и потребителей;

временем доставки;

характеристиками условий складирования, расположением складов, их емкостью, уровнем необходимых складских запасов, качеством упаковки и т. д. Получение небольшого эффекта от включения транспорта в единую систему управления материальными ресурсами достигается, если применяется принцип «точно в срок». В этом случае транспортировка сырья, материалов и готовой продукции в производство или торговую сеть осуществляется с точностью до минут и, зачастую, минуя склады.

Информационная логистическая система предназначена обеспечивать динамичную координацию деятельности всех функциональных сфер. Основной задачей здесь является построение информационных потоков на основе протекающих в системе бизнес-процессов. При этом во внимание принимается иерархичность системы управления (вертикальные информационные потоки), а также функциональная структура хозяйственной деятельности, выраженная в горизонтальных взаимосвязях (горизонтальные информационные потоки).

В структуре информационной системы различают следующие основные элементы: а) банк данных (как организованная система всех видов информации, относящейся к функционированию логистической системы на всех ее этапах); б) информационный терминал; в) статистический банк, осуществляющий обработку информации; г) банк моделей, позволяющий выбирать и моделировать схемы функционирования системы при определенных параметрах.

Информационные потоки в такой системе подразделяются на:

Внутренний поток, который начинается и заканчивается внутри логистической системы. Он ограничен связями логистических звеньев и не выходит за пределы системы (например, поток информации об уровнях запасов по отдельным видам продукции).

Внешний поток, который обеспечивает взаимосвязь фирмы с внешней средой (например, поток заявок от потребителей или к поставщикам). С помощью информационной логистики, совершенствования управления и интеграции с логистическими системами поставщиков можно усовершенствовать бизнес-процессы таким образом, что станет возможной замена запасов на складах фирмы передачей контрагенту достоверной информации о сроках и размерах необходимых поставок. .

Основными задачами управления складским хозяйством (складская логистика) являются:

определение оптимального уровня необходимых запасов материальных ресурсов на складах и в заделах производственно-технологического цикла с построением модели управления запасами материальных ресурсов;

контроль и управление соотношением запасов материальных ресурсов, находящихся в незавершенном производстве, и готовой продукции. Построение модели управления запасами в самом общем виде включает:

выбор и обоснование критерия оптимизации управления запасами, который основывается на цели функционирования логистической системы. Такими критериями могут быть минимальное время выполнения заказов, максимальная надежность поставки или минимум совокупных логистических издержек;

расчет складских издержек;

определение параметров, характеризующих спрос (или интенсивность спроса, или интервалы между смежными потреблениями), а также режим поставок (величина заказа, момент заказа, интервалы времени между двумя смежными заказами, величина партии поставки, момент поставки, интервал времени между двумя смежными поставками, предельно допустимое время запаздывания поставки);

уровень запасов на складе.

Правильное установление размеров запасов на всех этапах логистической цепи имеет большое значение как для фирмы-производителя, так и для логистических посредников. Именно ориентация на оптимальный размер запасов позволяет организовать обеспечение производства всеми видами материальных ресурсов таким образом, что появляется возможность снижения транспортных расходов и издержек но хранению продукции в складской системе. Предотвращение образования излишних запасов, в свою очередь, ускоряет оборачиваемость оборотных средств, а связанное с управлением запасами регулирование параметров транспортных и складских комплексов позволяет, в конечном счете, качественно удовлетворять запросы потребителей.

**Список литературы**

1. Альбеков А.У., Согомонян С.А. Экономика коммерческого предприятия. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2008.
2. Белоусова Е.А., Валевич Р.П., Давыдова Г.А. и др. Экономика предприятий торговли - Мн.: БГЭУ, 2006.
3. Байнев В.Ф. Экономика предприятия и организация производства: Учеб. пособие. - Мн.: БГУ, 2006.
4. Гиляровская Л.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Изд. «Проспект», 2006.
5. Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Экономика предприятия, ред. - ЮНИТИ, 2007.
6. Карлик А.Е., Добрин Г.Н., Белов А.М. Экономика организации (предприятия). Практикум. - Инфра-М, 2003.