

УДК 658.7

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ
MAJOR CHALLENGES IN THE DISTRIBUTION LOGISTICS
INDUSTRY

Буткевичус Е.С.

Научный руководитель – Лапковская П.И., к.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет,

г. Минск, Беларусь

betsfrank138@gmail.com

Y. Butkevichus,

Supervisor – P. Lapkovskaya, Candidate of Economics, Associate
Professor

Belarusian national technical university,

Minsk, Belarus

Аннотация. На основе анализа отрасли распределительной логистики были выявлены основные проблемы, возникающие в настоящее время, и пути их решения.

Abstract. Based on the analysis of the distribution logistics industry, the main problems that currently arise and ways to solve them were identified.

Ключевые слова: логистика, распределительная логистика, дистрибуция.

Key words: logistics, distribution logistics, distribution.

Введение

Распределительная логистика – наука об управлении перемещением товарных потоков от производителя к потребителю с целью удовлетворения его спроса и извлечения выгоды (прибыли) участниками распределения [1].

Цели распределения достигаются посредством выполнения комплексных функций: складирование, транспортирование, грузопереработка товаров и их партий (разгрузка, приемка на склад, размещение на хранение и уход за товаром на складе, объединение и разукрупнение партий, отборка и отгрузка товаров) [2].

В мире высокой конкуренции и низкой маржи для отрасли дистрибуции наступили трудные времена. Неопределенность цепочки поставок, проблемы с запасами и растущая конкуренция со стороны сетей электронной коммерции затрудняют борьбу с конкуренцией. Понимание правильного подхода к решению этих проблем имеет важное значение для дистрибьюторов, чтобы адаптироваться и трансформироваться в этой новой сложной бизнес-среде.

Основная часть

Рассмотрим несколько основных проблем и варианты их решения.

Надвигающаяся конкуренция

Производители и ритейлеры все чаще вытесняют дистрибьюторов из бизнеса, а существование огромных торговых площадок резко усилило конкуренцию. Этот процесс устранения посредников называется «устранение посредников поставщиками», и он может серьезно подорвать отрасль дистрибуции. Дистрибьюторы изо всех сил пытаются выделиться и предлагают услуги персонализации, которых ожидают покупатели B2B на торговых площадках.

Как можно преодолеть это:

Дистрибьюторы должны найти способ конкурировать с прямыми поставками (от производителей к розничным продавцам или напрямую к потребителям) за более короткие сроки доставки, качественные продукты, более легкий возврат, более дешевую логистику и расширенные возможности персонализации.

Скидки могут быть способом поощрения лояльности, помогая постоянным или крупным клиентам чувствовать себя ценными. Предложение скидок клиентам также может быть отличным способом продавать определенные продукты в течение определенного времени и стимулировать увеличение объемов покупок. Даже если это приведет к снижению маржи с каждой продажи, все равно можно получить больше прибыли в целом.

Нарушенная глобальная цепочка поставок

Глобальная пандемия, ограничения на поездки и нехватка поставок оказали серьезное влияние на цепочки поставок и вызывают постоянную озабоченность. Институт управления поставками (ISM) опросил 559 респондентов и сообщил, что после

пандемии среднее время выполнения заказов как минимум в два раза превышает нормальное. Для Китая время выполнения заказов увеличилось на 222 %, для Европы — на 201 %, а для США — на 200 % [3].

Как можно преодолеть это:

Хорошим началом для отрасли дистрибуции является аудит их цепочек поставок путем выявления тех частей цепочки, которые либо испытывают трудности с доставкой, либо полностью развалились, либо проявляют признаки стресса. Очень важно иметь план на случай непредвиденных обстоятельств.

Несмотря на нехватку товаров на глобальном уровне, всегда полезно иметь связи с резервными поставщиками на случай, если у вашего обычного поставщика возникнет нехватка. Если есть складские помещения, позволяющие хранить больше запасов, это может помочь справиться с медленными поставками запасов и проблемами цепочки поставок в будущем.

Те дистрибьюторы, которые могут лучше всего управлять своей цепочкой поставок и предоставлять надежную информацию своим конечным клиентам, в конечном итоге обеспечивают положительный опыт клиентов и обеспечивают лояльность клиентов [4].

Разрозненные данные

Данные стали одним из самых ценных активов, доступных для отрасли дистрибуции. Однако, поскольку каждый день генерируются большие объемы данных, невозможно управлять ими с организационной точки зрения, если полагаться на ручные процессы и устаревшие системы. Современные цепочки поставок растянуты и вынуждены принимать быстрые решения. Наличие точной информации, основанной на самых последних доступных данных, может показать разницу между колеблющимся и процветающим дистрибьюторским бизнесом.

Как можно преодолеть это:

Цифровизация меняет то, как отрасль дистрибуции может контролировать сквозные данные цепочки поставок и фиксировать то, что имеет основополагающее значение для этого процесса. Первый шаг к решению этой проблемы — централизовать эти данные в единой системе, к которой члены команды могут легко получить доступ по всей организации. Это устраняет как

техническую несовместимость, так и кросс-функциональные зависимости, позволяя всем внутренним заинтересованным сторонам работать более автономно и эффективно.

Ручные процессы

Традиционно дистрибьюторские компании полагались на ручные процессы, которые требуют много времени, утомительны и подвержены ошибкам. Например, они начинают управлять своими скидками в электронных таблицах и/или полагаются на данные от торговых партнеров, но это становится скользкой дорожкой. Вскоре это переходит к использованию систем ERP или даже систем, созданных внутри компании, однако эти системы не создаются экспертами в области управления скидками и часто не могут справиться со сделками даже с малейшей сложностью.

Как можно преодолеть это:

Хотя управление каналами сбыта может быть сложной задачей, повышение их эффективности может привести к увеличению прибыли и снижению затрат. Дистрибьюторам нужна полная прозрачность, чтобы снизить затраты и при этом доставлять продукцию вовремя и правильно. Автоматизируя ключевые процессы, дистрибьюторы могут помочь повысить производительность персонала, поддерживать управляемую рабочую нагрузку и выявить любые потенциальные проблемные области [5].

Заключение

Проблемы, которые были проанализированы, существуют или когда-то существовали в большинстве компаний, поэтому для их решения были предложены выше перечисленные варианты.

С вышеизложенной информацией можно определить проблемы в логистике распределения продукции, с которыми, возможно, компании сталкиваются, но не замечают. С помощью данных решений можно пересмотреть и улучшить логистические процессы, стремясь предоставить клиентам именно то, что они ожидают получить, обращаясь в конкретную компанию.

Литература

1. Ивуть, Р. Б. Логистика: учебное пособие для студентов специальностей 1-27 01 01 «Экономика и организация производства

(по направлениям)», 1-27 02 01 «Транспортная логистика (по направлениям)» / Р. Б. Ивуть. – Минск : БНТУ, 2021. – 462 с.

2. Мясникова, О. В. Распределительная логистика: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Логистика» / О. В. Мясникова. – Минск: Вышэйшая школа, 2016. – 382 с.: ил.

3. Институт управления поставками [Электронный ресурс]: Институт управления поставками (ISM). – Режим доступа: <https://nesrakonk.ru/institute-for-supply-management/>

4. Гордон, М. П. Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. Б. Карнаухов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1999. – 208 с.

5. Современные проблемы логистики и пути их решения [Электронный ресурс]: Соколов А.М. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ // Старт в науке. – 2020. – № 1. – Режим доступа: <https://science-start.ru/ru/article/view?id=1824>

Представлено 07.11.2022