

Т.В. ДАНЬКО, доцент, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків,
А.А. БЄЛОМИТЦЕВА, студентка, НТУ «ХПІ», Харків.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ ПРИ ДІАГНОСТИЦІ КАНАЛУ РОЗПОДІЛУ

У статті розглянуто п'ять основних логістичних моделей, які можуть використовуватися для підвищення ефективності керування каналом розподілу. Виявлені їхні переваги й недоліки, а також визначені ситуації, у яких вони можуть бути використані.

В статье рассмотрены пять основных логистических моделей, которые могут использоваться для повышения эффективности управления каналом распределения. Выявлены их достоинства и недостатки, а также определены ситуации, в которых они могут быть использованы.

In this article five main logistic models, that can be used for the efficiency improvement in the supply chain management are described. Their main advantages and disadvantages, situations when these models can be used is revealed.

Актуальність. У сучасному глобалізованому світі ефективно управління каналом розподілу стає ключовим фактором для досягнення успіху в бізнесі. Різні компанії зараз починають розуміти, що виробництво, дистрибуція, стосунки з постачальниками та споживачами зараз повинні бути налагоджені як єдиний інтегрований процес. Тільки у цьому випадку компанія може вести бізнес, ефективно використовуючи усі наявні ресурси.

Одним з інструментів, який використовується в ході діагностики каналу розподілу, є застосування логістичних моделей для відображення усіх процесів та елементів каналу.

Актуальність цієї теми полягає у тому, що логістичні моделі допомагають виявити усі недоліки та слабкі елементи у каналі розподілу, відобразити наглядно його структуру, продіагностувати стан каналу та швидко знайти вирішення існуючих проблем.

Мета. Метою цієї роботи є аналіз та порівняння п'яти основних логістичних моделей, виявлення їх недоліків та переваг, та визначення можливих ситуацій, в яких може використовуватися та чи інша модель.

Огляд літератури. Для кожної компанії одним з ключових питань доведення товарів до споживача є проектування для різних видів продукту каналу розподілу, який іноді називають каналом маркетингу.

Під каналом розподілу розуміється ряд організацій чи окремих осіб, включених в процес, що робить продукти доступними для використання або споживання індивідуальними споживачами або окремими організаціями; це шлях, по якому товари рухаються від виробника до споживача [1].

У залежності від розмірів, потужності підприємства-виробника, різноманітності продукції та інших факторів, товаропровідна мережа може складатися з одного, декількох і безлічі каналів розподілу, причому різні канали розподілу товарів можуть відрізнятися за структурою, типами торгових посередників і проміжних складів, способами доставки вантажів, видами транспорту і т.д. Сукупність каналів розподілу називається розподільчою мережею.

Використання каналів розподілу надає виробникам певні переваги:

- Економія коштів на розподіл продукції;
- Можливість вкладення зекономлених засобів в основне виробництво;
- Продаж продукції більш ефективними способами;
- Висока ефективність забезпечення широкої доступності товару і доведення його до цільових ринків;
- Скорочення обсягу робіт по розподілу продукції.

Обрані канали безпосередньо впливають на швидкість, час, ефективність переміщення та зберігання продукції при її доставці від виробника до кінцевого споживача [2].

Так як головне завдання маркетингового каналу – доведення товару до споживача та забезпечення його широкої доступності, спеціаліст з маркетингу повинен добре орієнтуватися в потребах і запитах цільових споживачів. Зазвичай виділяють п'ять основних критеріїв, що визначають рівень сервісу елементів каналу [3]:

- Розмір партії. Кількість одиниць товару, яку може придбати звичайний покупець при одній покупці.
- Час очікування. Середній час, протягом якого споживачам доводиться чекати отримання товару. Зазвичай покупці віддають перевагу каналам, що відрізняються високою швидкістю доставки.
- Зручність розташування. Ступінь, в якій маркетинговий канал полегшує споживачеві здійснення покупки.

- Різноманітність товарів. Широта товарного асортименту, забезпеченого маркетинговим каналом. Як правило, споживачі віддають перевагу широкому асортименту, що підвищує можливість вибору і придбання необхідного продукту.

- Допоміжні послуги. Додаткові послуги, забезпечувані каналом (надання кредиту, доставка товару, установка, ремонт). Чим більше допоміжних послуг, тим вище ефективність каналу.

На підставі вимог споживачів до послуг, який забезпечується каналом розподілу, компанія може ставити цілі і завдання каналу, орієнтованого на певну цільову групу.

Найбільш складні проблеми виникають при перегляді стратегії розподілу компанії в цілому. З часом канали неминуче застарівають, і розрив між діючою і ідеальною, здатною задовольнити всі потреби і бажання споживачів (і виробників) системою розподілу постійно зростає [2].

Існують різні моделі, що дозволяють відобразити процеси, які відбуваються усередині каналу, проаналізувати їх ефективність, внести зміни і коректування. Багато вчених займаються розробкою даних моделей.

Одними з основних є наступні п'ять логістичних моделей:

- Модель симуляції;
- Динамічна логістична модель для оптимальної доставки;
- Змішана модель транспортування та вартості запасів;
- Логістична блочна модель;
- Модель SCOR.

Модель симуляції дозволяє порівнювати різні альтернативи без зміни всієї системи, надає повний вигляд каналу розподілу за допомогою елементарної графіки [4].

Динамічна логістична модель для оптимальної доставки надає можливість розробляти різні схеми функціонування для кожного сегменту логістичної системи [5].

Змішана модель транспортування та вартості запасів дозволяє розрахувати відхилення, пов'язані зі зміною в обсягах транспортування та економічні вигоди [6].

Логістична блочна модель дозволяє проектувати канал розподілу як систему з взаємопов'язаних елементів та оцінювати ефективність їх функціонування [7].

Модель SCOR відображає усі взаємодії покупців, від подачі заказу до його оплати, та усі стадії, які проходить продукт у каналі розподілу [8].

Згідно з порівняльною характеристикою, наведеною у таблиці 1, можна зробити висновок, що кожна модель має свої недоліки та переваги. Тобто не має можливості виділити найкращу та найгіршу модель, тим більш, що у кожній конкретній ситуації ефективніше буде використовувати зовсім різні моделі, зважаючи на поставлені цілі аналізу.

У таблиці представлена порівняльна характеристика п'яти основних логістичних моделей.

Таблиця – Порівняльна характеристика логістичних моделей управління каналом розподілу

| Назва моделі | Переваги моделі | Недоліки моделі |
|--|--|---|
| Модель симуляції | <ul style="list-style-type: none"> - Дозволяє порівнювати різні альтернативи без зміни основної системи - Дозволяє зрозуміти повну систему за допомогою графіки - Дуже проста у використанні | <ul style="list-style-type: none"> - Не відображає усі процеси каналу розподілу - Відображає лише матеріальний потік |
| Динамічна логістична модель для оптимальної доставки | <ul style="list-style-type: none"> - Дозволяє створювати динамічні канали розподілу - Розробка окремої моделі для кожного сегмента логістичної системи - Надає дуже наглядне графічне представлення логістичної системи компанії | <ul style="list-style-type: none"> - Не відображає ніякі потоки у логістичній системі, окрім матеріального - Складна у використанні |
| Змішана модель транспортування та вартості запасів | <ul style="list-style-type: none"> - Дозволяє розраховувати відхилення, пов'язані зі зміною обсягів транспортування та ціни - Вираховує економічні переваги | <ul style="list-style-type: none"> - Не надає графічного відображення каналу розподілу - Потребує спеціальної комп'ютерної програми |
| Логістична блочна модель | <ul style="list-style-type: none"> - Дозволяє проектувати канал розподілу як систему з взаємопов'язаних елементів - Дозволяє оцінювати ефективність та покращувати канал розподілу - Надає наглядне представлення логістичної системи | <ul style="list-style-type: none"> - Не відображає усі потоки у каналі розподілу |
| Модель SCOR | <ul style="list-style-type: none"> - Відображає усі взаємодії покупців, від подачі заказу до оплати - Відображає усі стадії, які проходить продукт у каналі розподілу | <ul style="list-style-type: none"> - Складна у використанні - Потребує спеціальну комп'ютерну програму |

Модель симуляції може використовуватися на невеликих підприємствах, де канал розподілу складається з невеликої кількості елементів. Усі інші моделі можуть використовуватися на великих підприємствах, тому що вони дозволяють відображати багато елементів каналу та усі зв'язки між ними. Можна також зазначити, що змішана модель транспортування та вартості запасів може бути застосована для визначення економічних переваг, тобто завдяки цій моделі можливо розрахувати різні показники ефективності функціонування каналу розподілу. Модель SCOR є універсальною моделлю тому, що має багато опцій та дозволяє відображати як великі, так і менші канали розподілу.

Висновок. Канал розподілу є одним з інструментів, які визначають ефективність функціонування логістичної системи компанії. Адекватне проектування каналів дозволяє полегшити процес діагностики та вдосконалення всієї системи. Також, правильне управління каналами розподілу є важливим елементом логістичної діяльності підприємства тому, що це дозволяє мінімізувати витрати на доставку товарів кінцевому споживачу, таким чином збільшуючи прибуток.

Важливо зазначити, що використання моделей в управлінні та діагностиці каналів розподілу відіграє дуже важливу функцію, адже завдяки цьому можна наглядно відобразити канал розподілу, усі його складові, та побачити, де існують проблеми або у яких точках каналу ресурси використовуються не ефективно.

У даній статті було розглянуто п'ять основних логістичних моделей.

Найбільш оптимальною для використання була визнана модель SCOR, усі недоліки цієї моделі можливо компенсувати за допомогою інших моделей.

Для апробації на рівні підприємства пропонується використовувати модель SCOR у комбінації з іншими моделями в залежності від мети діагностики.

Список літератури: 1. *Е.П. Голубков* «Основы маркетинга», Москва, 1999, 499 с. 2. *Ф. Котлер* «Маркетинг менеджмент», Санкт-Петербург, 2006, 466 с. 3. *Louis O. Backlin*, Competition and Evolution in the Distributive Trade 4. SUPPLY CHAIN MODELING USING SIMULATION YOON CHANG AND HARRIS MAKATSORIS 5. Dynamic logistics model for optimal delivery, Sutanto Soehodho 6. Intermodal Transportation and Inventory Cost Model (ITIC-IM), U.S. Department of Transportation, Federal Railroad Administration 7. Prof. Dr. Dr. h. c. *Wolfgang Kersten*/ MSc. Mayolo Lopez, Hamburg University of Technology 8. Supply Chain Excellence: A Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model, 278 p.