A large, stylized hand in a dark blue suit sleeve reaches down from the top center of the frame towards a group of approximately 12 diverse business professionals. The professionals are depicted in various poses and outfits, representing a multicultural and multi-gender workforce. The background is a light blue gradient with a white curved shape on the left side.

Дәріс-ақпарат. Тарату ЛОГИСТИКАСЫ

Дәріс мақсаты –тарату логистикасының мәні мен мазмұнын түсіндіру.

Негізгі түсініктер. өткізу логистикасы, логистикалық арналар, логистикалық тізбек, логистикалық қызмет

Қарастырылатын сұрақтар:

1. Тарату логистикасының түсінігі
2. Тарату логистикасының міндеттері
3. Тарату арналары мен торлары
4. Бөлудегі логистикалық делдалдар



1. Тарату ЛОГИСТИКАСЫНЫҢ түсінігі





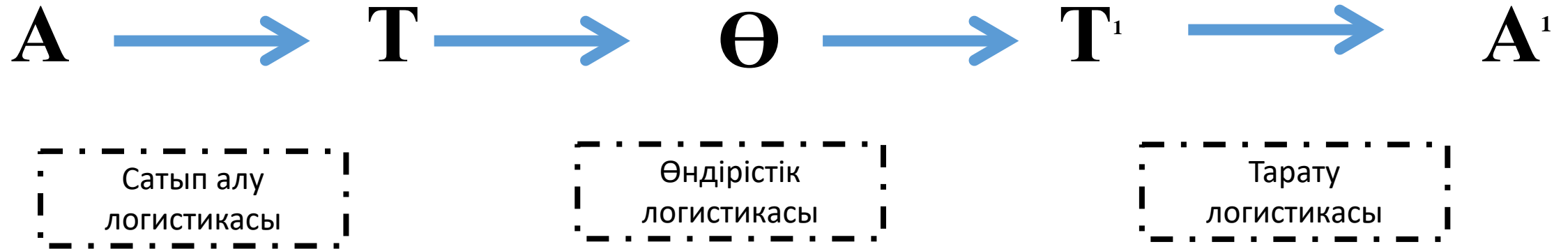
Тарату логистикасындағы **негізгі зерттеу пәні** қолда бар материал қорларының физикалық бөлу үдерісін оңтайландыру болып табылады.

- ❖ Өнімді қалай орау керек?
- ❖ Қай маршрутпен жіберу керек?
- ❖ Қойма торлары қажет пе?
- міне, бұлар тарату логистикасының айналысатын мәселелері болып табылады.

Логистика материалдық ағымдарды іштей басқаруды зерттейді және оны жүзеге асырады, сондықтан тарату сипатындағы түрлі мәселелерді шешуді, яғни өндірушілер мен тұтынушылардың арасында бір нәрсені таратуды барлық кезеңде орындап отыруға тура келеді.

- тауар сатып алу барысында әр түрлі жабдықтаушылар арасында тапсырыстар бөлінеді;
- кәсіпорынға келіп түскен кезде сақтау орындары бойынша жүктер бөлінеді;
- өндірістің түрлі учаскелері арасында материалды қорлар бөлінеді;
- сату үдерісінде материалдық ағымдар бөлінеді және т.б.

Логистиканың функциоалды салалары мен капитал айналымы үрдісі



- Ағымды өндіріске дейін жеткізу
- Ағымның өту үрдісін өндіріс ішінде басқару
- Дайын өнімді тұтынушыға дейін жеткізу

Материалдық
ағымдар дайын
өнімді бөлу және
өткізу сатысында
тарату
ЛОГИСТИКАСЫНЫҢ
объектісі болады.

Тарату логистикасы - дайын
өнімді тұтынушының
мүдделеріне және
талаптарына сай оларға
жеткізу үдерісінде
жүргізілетін тасымалдау,
қоймалау және басқа да
материалды емес
операцияларды жоспарлау
жөніндегі ғылым (қызмет).

Тарату логистикасының дәстүрлі өткізу мен сатудан айырмашылығы

материалдық және ақпараттық ағымдарды басқару үдерісін маркетинг мақсаттары мен мәселелерімен байланыстыру

тарату үдерісі мен өндіру және сатып алу үдерісінің жүйелі өзара байланысы (материалдық ағымдарды басқару бойынша);

тарату ішіндегі барлық функциялардың жүйелі өзара байланысы

Тарату логистикасы – материалдық
ағымның түрлі көтерме сатып
алушылары арасында бөлу үдерісінде
жүзеге асатын өзара байланысты
функциялар кешені.

Тарату логистикасындағы зерттеу
объектісі – жабдықтаушыдан
тұтынушыға өту сатысындағы
материалдық ағым.

2. ТАРАТУ ЛОГИСТИКАСЫНЫҢ МІНДЕТТЕРІ



Тарату логистикасы
жабдықтаушы-тұтынушы
учаскесіндегі материалдық
ағымды басқару бойынша
бүкіл мәселелер кешенін,
өткізу мәселесін қою
мезетінен бастап өнімнің
жабдықтаушы аясынан
шығу уақытына дейін
қамтиды



Тарату логистикасының міндеттері:

өнімді тұтынушыға қай арналар арқылы жеткізу



өнімді қалай орау керек;

қай маршрутпен жіберу керек



логистикаға қоймалар торы қажет пе, егер қажет болса, қандай және қанша көлемде;

қызмет көрсетудің қандай деңгейін қамтамасыз ету керек, тағы басқа бірқатар мәселелер



МИКРОДЕНГЕЙДЕ ТАРАТУ ЛОГИСТИКАСЫНЫҢ МІНДЕТТЕРІ

өткізу үдерісін жоспарлау

тапсырысты алуды және өңдеуді ұйымдастыру

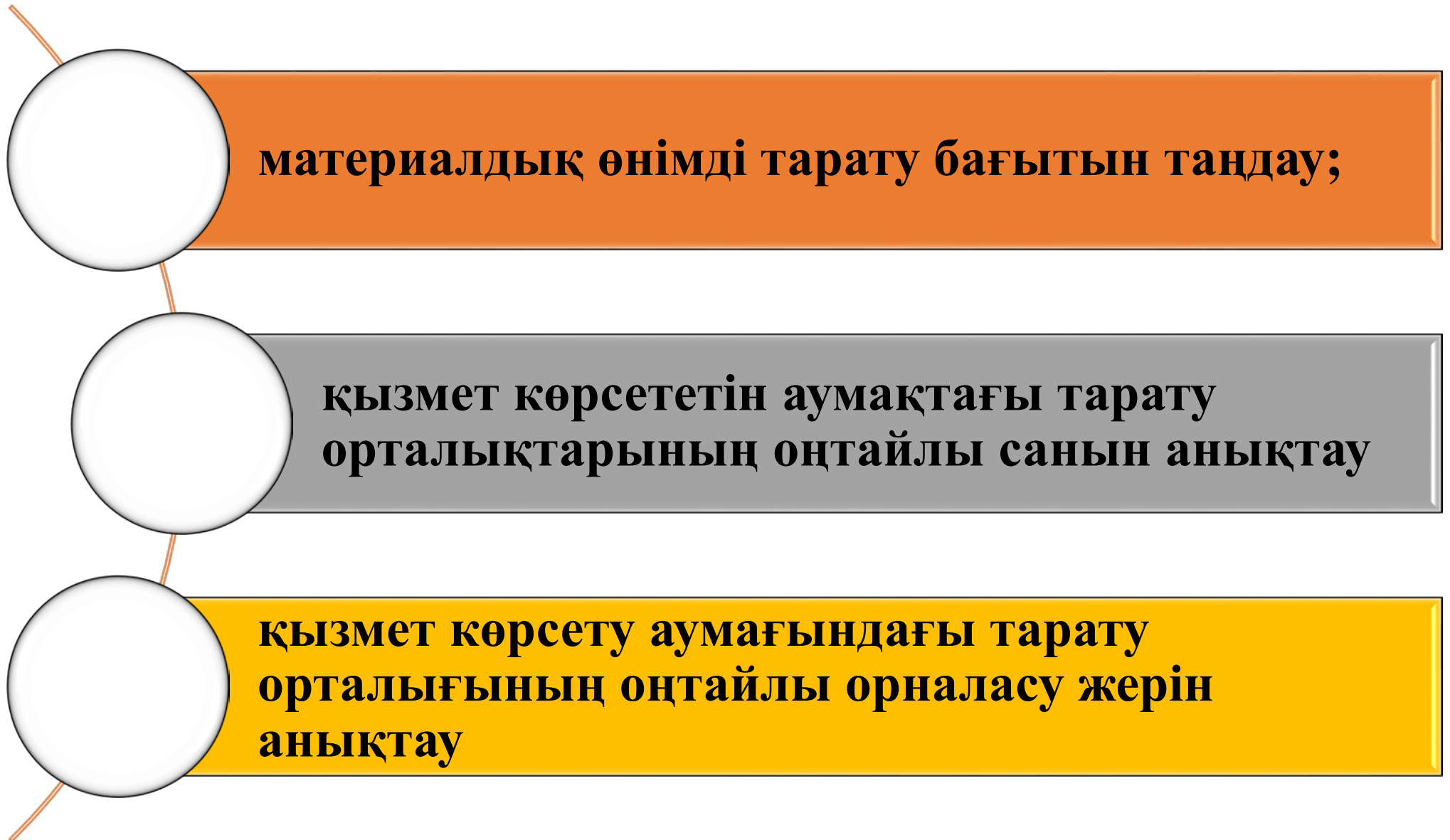
орау түрін таңдау, жинақтау туралы шешім қабылдау, сондай-ақ түсіруге тікелей байланысты басқа да операциялардың орындалуын ұйымдастыру

өнімнің түсіруін ұйымдастыру

жеткізуді ұйымдастыру және тасымалдауды бақылау

өткізгеннен кейінгі қызмет көрсетуді ұйымдастыру

МАКРОДЕНГЕЙДЕГІ ТАРАТУ ЛОГИСТИКАСЫНЫҢ МІНДЕТТЕРІ



3. ТАРАТУ АРНАЛАРЫ МЕН ТОРЛАРЫ

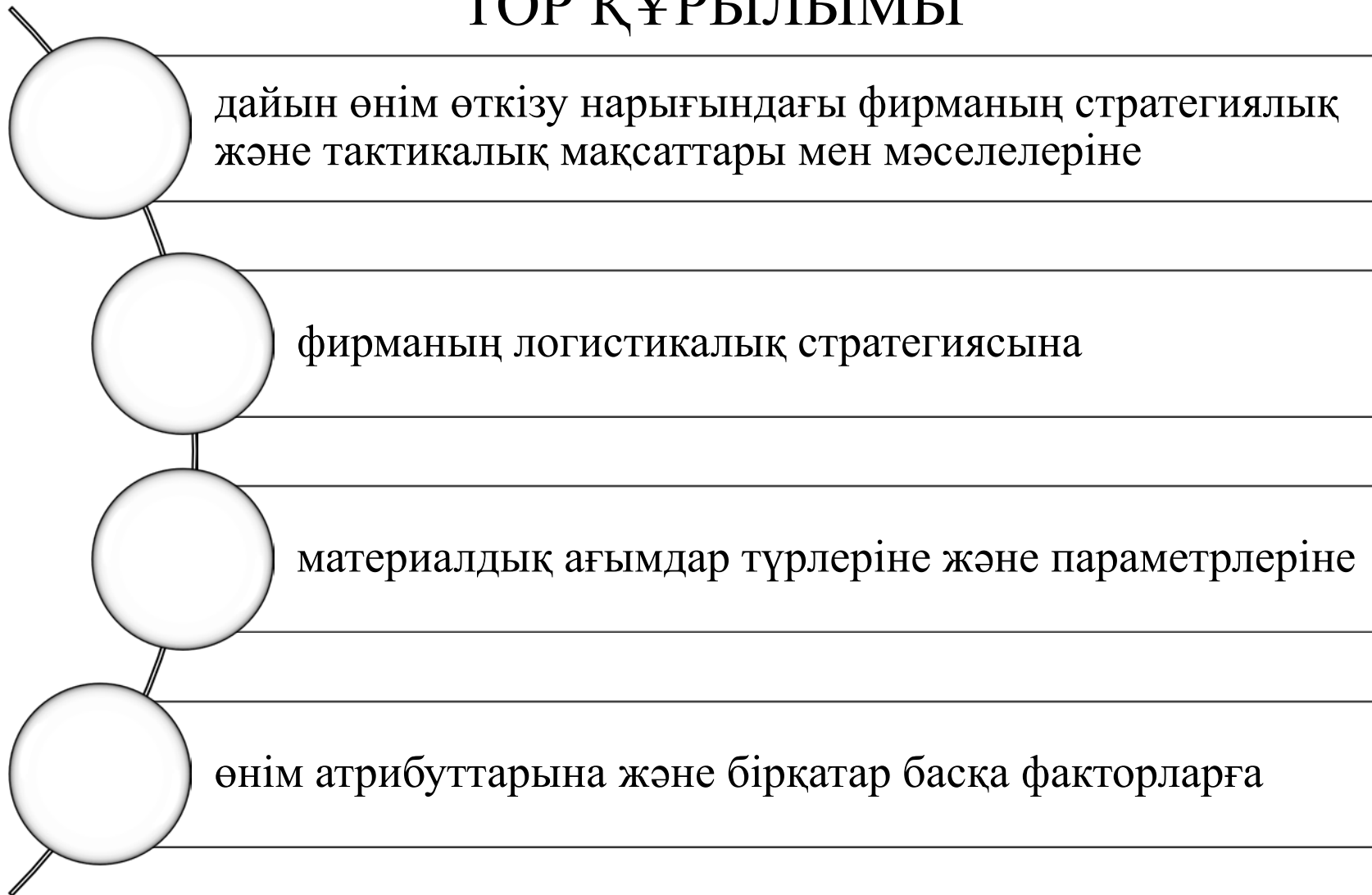


Өндіруші фирманың өнімі және сәйкес қызметі соңғы және аралық тұтынушыларға белгілі бір тарату арналары арқылы жеткізіледі, олар фирманың жалпы өткізу торын құрайды.

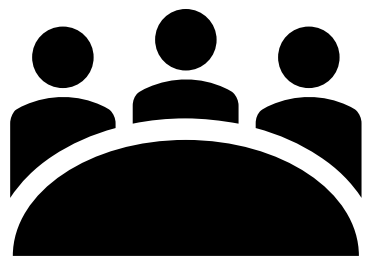
Өткізу арнасы (тарату арнасы) – бұл бір атаулы (немесе ассортименті) дайын өнімнің материалдық ағымдарын, сондай-ақ өндіруші фирманың сәйкес қызметін соңғы немесе аралық тұтынушыға жеткізетін логистикалық тізбектер мен олардың учаскелері жататын жартылай реттелген көптеген түрлі делдалдар.

ӨТКІЗУ АРНАЛАРЫНЫҢ ТҮРЛЕРІ МЕН ТОР ҚҰРЫЛЫМЫ

Өткізу
арналарының
барлығы
фирманың өткізу
торын құрайды.



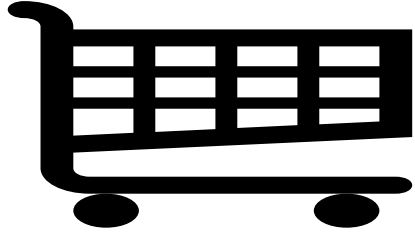
Өткізу арналары мен торларының құрылымын, сондай-ақ бөлудегі логистикалық басқару шешімдерін көбінесе дайын өнім өндіруші фирманың екі негізгі тұжырымдамалары



Мамандану

Таратудағы логистикалық қызметке көптеген маманданған фирмалар жатады

- көтерме және бөлшек сауда делдалдары,
- тасымалдау және жеткізу фирмалары,
- жеке тарату компаниялары,
- ораумен, сұрыптаумен, жүк өңдеумен айналысатын фирмалар,
- сақтандыру және қаржы компаниялары және т.б.



Ассортименттік

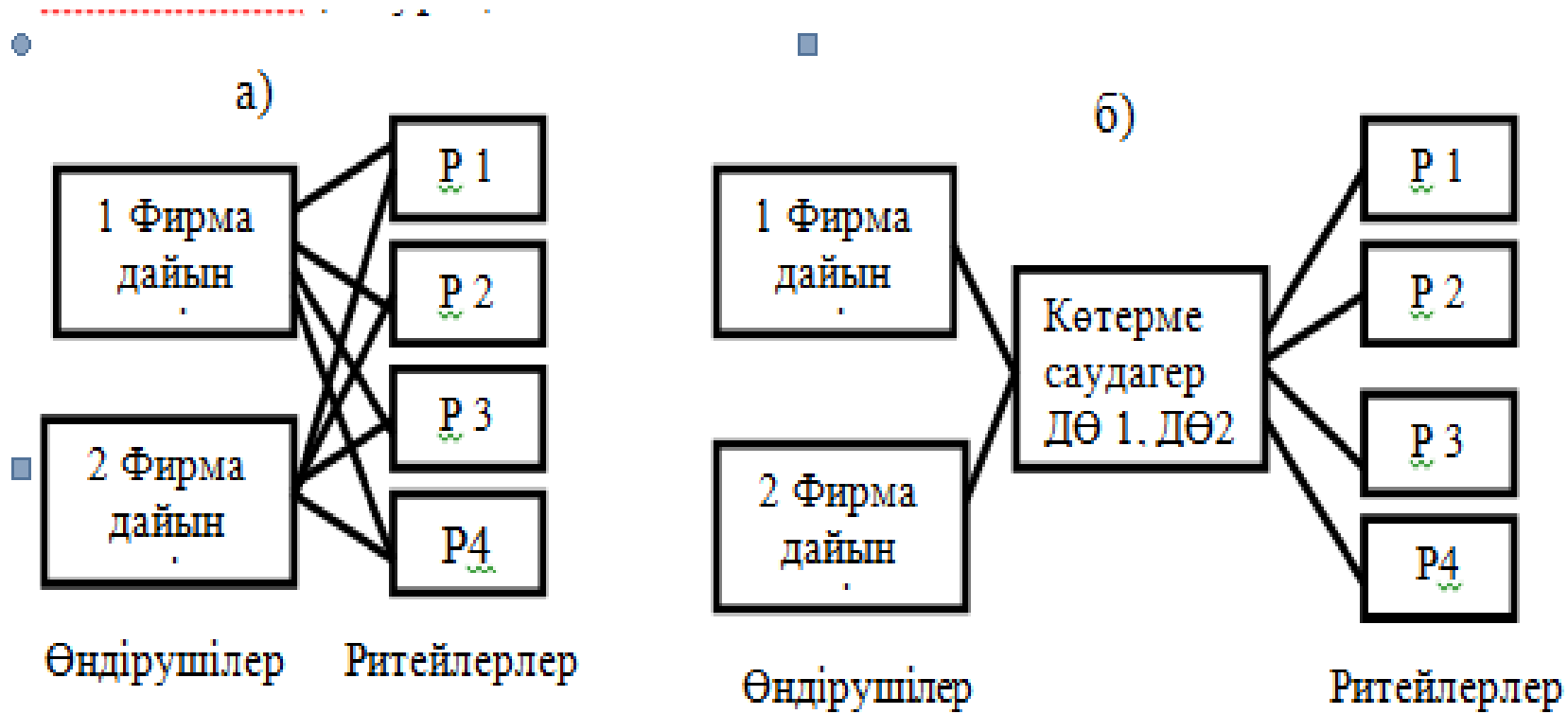
Өнімдік ассортимент тұжырымдамасы нақты тұтынушылар талап ететін *өнімдік миксті* құру және орналастыру болып табылады. Нарықтағы фирмалық стратегиялық позициялау тұрғысынан тауарлар өткізу арналарының белгілі бір жерлерінде шоғырлануы, сұрыпталуы және бөлінуі тиіс.

ШОҒЫРЛАНДЫРУ

КАСТОМИЗАЦИЯ

ЖӨНЕЛТУ

Жалпы мәмілелер санын азайту

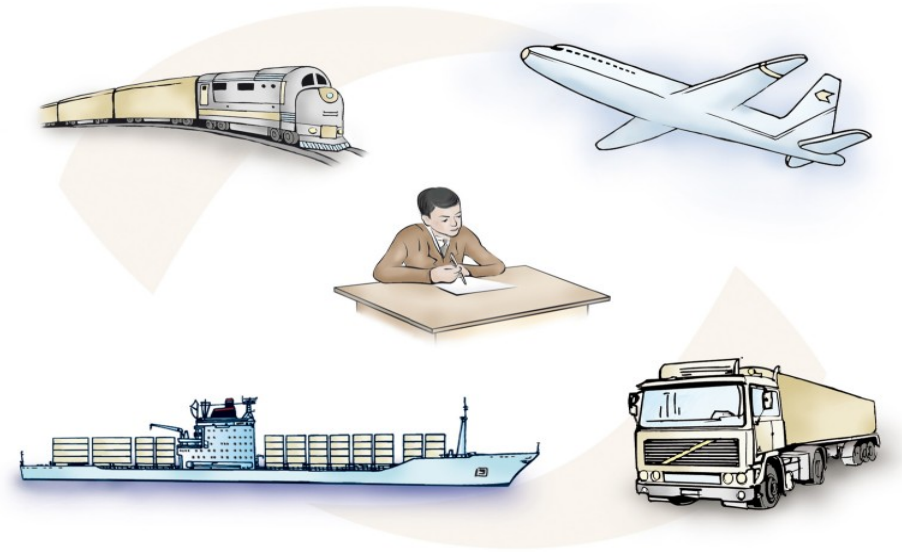


ДӨ 1, ДӨ 2 – өндіруші фирмалардың дайын өнімі

Ассортиментті белгілеудің екінші сатысы **кастомизация** - өнімдерді ерекше комбинацияларға сұрыптау мен топтау процесі. Кастомизация нәтижесі тұтынушылардың ерекше сұранысын қанағаттандыратын өнімдер жиынтығы болып табылады. Өндірушілер тұтынушыларға дайын өнімдерді аралас, түйдектелген және топтық жөнелтулермен жеткізе алады, олар соңғыларға минималды қорларды ұстап тұруға, ал өндірушілерге тасымалдау шығындарын үнемдеуге мүмкіндік береді.

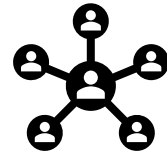
Кастомизацияның ең кең таралған қазіргі функцияларының бірі жаңа өнімдерді нарыққа жылжыту мақсатында көрмелерде көрсету үшін тауарлардың арнайы іріктелуі болып табылады.

Ассортиментті үдерістің соңғы сатысы – жөнелту. Ол дайын өнімнің ерекше ассортименттік тобын белгілі уақытта және қажетті жерге тұтынушыларға жіберуді білдіреді.

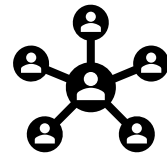


Өткізу арналарының және торларының құрылымын бірнеше белгілер бойынша жіктелуі

САУДА ОРЫНДАРЫНЫҢ САНЫ БОЙЫНША



интенсивті бөлу (көп сауда орындары жатады, бұл нарықты интенсивті жабуға мүмкіндік береді; мысалы, күнделікті сұраныс тауарларымен қамтамасыз етуге жақсы);



сұрыпталған тарату (аз сауда орындары жатады, ол нарықтық ерекше сегментінің ерекше қажеттіліктерін қанағаттандыруға)

**ТІКЕЛЕЙ СЫЗЫҚТЫҚТЫҢ
БЕЛГІСІ БОЙЫНША
(ТАРАТУДЫҢ ВЕРТИКАЛЬДЫ
АРНА ЗВЕНОВАРЫНЫҢ
САНЫ БОЙЫНША)**



тікелей тарату (өндіруші дайын өнімді жылжытуды және сатуды, тарату және сату бөлімдерінің құрылымдары арқылы тұтынушыға тікелей жүргізеді);



тікелей емес тарату (тауарлар тұтынушыларға делдалдар жүйесі арқылы, яғни көтерме және бөлшек саудагерлері, агенттер, дилерлер және т.б. арқылы таратады).

Жоғары
мамандалған қазіргі
бизнес
фирмалардың
өткізу арналарында
түрлі
функцияларды
орындайтын
ЛОГИСТИКАЛЫҚ
делдалдарды тарту
қажеттілігі дамып
келеді.

жеке тарату функциялары
(операциялары);

алмасу функциялары (сату-
сатып алу);

қолдайтын функциялар (бөлу
сапасын стандарттау,
қаржыландыру, ақпараттық
қолдау, тәуекелдікті сақтандыру
және т.б.).

Жеке тарату операцияларындағы делдалдар

түрлі маманданған тасымалдау, жөнелту, тасымалдау-жөнелту (логистикалық) фирмалары, жеке тарату компаниялары, жүк терминалдары және терминалды кешендер, жүк тарату орталықтары, дайын өнімді сұрыптау, таралау және орау кәсіпорындары, жүк өңдеуші және басқа да кәсіпорындар. Жеке таратуға жататын логистикалық функцияларды сауда делдалдары да орындай алады.

Қолдаушы функцияларды орындайтын бөлудегі делдалдар қатарына қаржылық қызмет көрсету мекемелері мен кәсіпорындарын (банктер, қаржы компаниялары, клиринг және есептеу орталықтары мен компаниялары және т.б.), ақпараттық қызмет көрсету кәсіпорындарын (ақпаратты-диспетчерлік орталықтар, ұжымдық қолданудың есептеу орталықтары, байланыс және телекоммуникация кәсіпорындары және т.б.), сақтандыру компанияларын, стандарттау, лицензиялау және сертификаттау және т.б. кәсіпорындарды жатқызады.

Дайын өнімді тұтынушыларға тікелей
сататын бөлшек сауда орнының
звенолары қатарына тәуелсіз бөлшек
саудагерлерді, франшизаны, ритейлер
бірлестіктерін, дайын өнімді өндіруші
фирмалардың бөлшек дүкендерін,
пошта бойынша сататын
өнеркәсіптерді, шағын маркеттерді
және т.б. жатқызады

Қазіргі уақытта өндіруші фирмаларда сатуды ұйымдастырудың үш негізгі типі бар:

тұтынушыға бейімделген (тік өткізуші торы, оны сату жөніндегі директор басқарады және оған көтермешілер мен ритейлерлер менеджерлері бағынады);

аймаққа бағытталған (көлденең өткізу торы, онда сату жөніндегі директор өткізу рыногының аймақтары бойынша сәйкес бөлімдерді басқарады);

өнімге бағытталған (аралас өткізу торы, мұнда сату директорына дайын өнімнің түрлері бойынша аймақтық менеджерлер бағынады).

Бақылау сұрақтары

1. «Логистика» және «бөлу логистикасы» түсініктеріне анықтама беріңіздер. Бұл түсініктердің қандай ұқсастықтары бар?
2. Бөлу логистикасының микро- және макродеңгейде шешетін мәселелерін атаңыз.
3. Өткізу арналары мен өткізу тізбегіне анықтама беріңіздер.
4. Өнім ассортименті тұжырымдамасының мәні неде?
5. Кастомизацияға анықтама беріңіздер.
6. Өткізу арналарының құрылымы қалай бөлінеді?
7. Бөлудегі логистикалық делдалдарды сипаттап беріңіз?