

## ТАРАТУ ЛОГИСТИКАСЫ

**Дәрістің мақсаты**-тарату логистикасының мәні мен мазмұнын түсіндіру.

Міндеттері:

- өткізу логистикасының мәнін қалай түсіндіруге болады;
- логистикалық тарату арналарымен, олардың түрлерімен және делдалдардың түрлерімен таныстыру;
- логистикалық өткізу тізбегін құру тәртібін түсіндіру;
- логистикадағы сервис мәселесін ашу.

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

### Қарастырылатын сұрақтар:

- 1.Тарату логистикасының мәні
- 2.Логистикалық арналар мен тізбектер
3. Тарату логистикасындағы Сервис

### Сұрақ 1. Өткізу логистикасының мәні

Сату логистикасы-бұл өндірістік кәсіпорынның тұтынушылары арасында, яғни тауарларды сату процесінде материалдық және ілеспе ағындарды бөлу процесінде жүзеге асырылатын логистикалық функциялардың жүйелік интеграциясының саласы.

Өткізу логистикасының мақсаты-өндірістік кәсіпорынның шығатын материалдық ағынының көрсеткіштерін жетілдіру.

Өткізу логистикасының міндеттері:

- іске асыру процесін жоспарлау;
- клиенттің тапсырысын алу және тиімді өңдеу;
- дайын өнімді жөнелту алдында логистикалық операцияларды уақтылы орындау және жөнелтудің өзі;;
- жеткізу және тасымалдауды бақылау;
- операциялық қызмет көрсету.

Өткізу логистикасының объектісі-шығатын және қайтарылатын материалдық ағындар, сондай-ақ оларға ілеспе ақпараттық, қаржылық және сервистік ағындар.

Өткізу логистикасының мәні-өндірушіден коммерциялық делдалдарға барар жолда физикалық тауарларды бөлу процесін оңтайландыру.

Өткізу логистикасы саласындағы мамандардың қызметі өндірістік кәсіпорынның Шығыс материалдық ағынын ұйымдастыру кезінде жүзеге асырылатын логистикалық функциялар кешенін оңтайландырудан тұрады.

Бұл логистиканың келесі функциялары:

- тұтынушыларға тауар партияларын тасымалдау;
- дайын өнім қорларын басқару;
- дайын өнімді сақтау және сақтау;
- логистикалық қызметті жоспарлау, ұйымдастыру және басқару.

Кәсіпорындағы сату қызметі оны жүзеге асыру үшін айтарлықтай шығындарды талап етеді. Бұл шығындардың негізгі бөлігі келесі логистикалық операцияларды орындаумен байланысты: тиеу; тасымалдау; қойма операциялары; тапсырыстар, қорлар, жеткізілімдер және т. б. туралы ақпаратты жинау, сақтау, өңдеу және беру.

Арнайы әдебиеттерде тарату логистикасы мен тарату логистикасы ұғымдары жиі анықталады, оларды осы салалардағы материалдық ағындарды басқару деңгейіне сәйкес ажырату керек. Өткізу логистикасы-бұл кәсіпорынның деңгейі және тауар қозғалысының кейінгі кезеңдеріне ішінара әсер ету. Тарату логистикасы-бұл тек макрологиялық жүйелердің немесе жеткізу тізбегінің деңгейі, бұл жағдайда өндірістік кәсіпорын фокустық компания ретінде әрекет етеді.

Сату логистикасы мен дәстүрлі сату әдістерінің түбегейлі айырмашылығы келесідей:

- ақпараттық ағындарды басқару процесін маркетингтің мақсаттары мен міндеттеріне бағындыру;
- өндіріс пен жабдықтау процестерімен өтудің өзара байланысы (материалдық ағындарды басқару тұрғысынан);
- сату ішіндегі барлық функциялардың өзара байланысы.

Осылайша, өндірушіден коммерциялық делдалдарға тауарларды бөлудің оңтайлы схемасын таңдағанда, тауарлардың соңғы тұтынушыларға өту тізбегін ескеру қажет. Бұл ретте жеткізудің ең аз мерзіміне, сервистің оңтайлы деңгейіне, пайда алудың ең жоғары деңгейіне, ең аз шығындарға ұмтылу керек.

## **Сұрақ 2. Логистикалық арналар мен тізбектер**

Материалдық ағындар әртүрлі көздерден пайда болады. Бұл шикізат жеткізушілер, өндірістік кәсіпорын (дайын өнім), тарату орталығы (тауар) болуы мүмкін. Барлық жағдайларда материалдық ағынның соңғы бағыты тұтынушы болып табылады, ол өндірістік немесе өндірістік емес болуы мүмкін.

Материалдық ағынды жеткізуші және тұтынушы-логистикалық арнамен байланысқан екі микрологистік жүйе.

Логистикалық арна-бұл өндірушіден тұтынушыларға материалдық ағынды жеткізуді жүзеге асыратын делдалдардың ішінара реттелген жиынтығы.

Көптеген делдалдар кәсіпорынан тұтынушыға материалдық ағынды жылжыту процесіне нақты қатысушыларды таңдағанға дейін ішінара тапсырыс береді. Осы таңдаудан кейін логистикалық арна логистикалық тізбекке айналады.

Коммерциялық делдал арқылы өнімді сату туралы түбегейлі шешім қабылдау және материалдық ағынды тұтынушымен (бөлшек сауда кәсіпорны) тікелей жұмыс істеуден бас тарту логистикалық арнаны таңдау болып табылады, ал делдалмен, тасымалдаушымен немесе сақтандырушымен шарт жасасу логистикалық тізбекті қалыптастыру болып табылады.

Логистикалық тізбек дегеніміз-сыртқы материалдық ағынды бір логистикалық жүйеден екіншісіне жеткізу үшін логистикалық операцияларды жүзеге асыратын физикалық тауарларды бөлу процесіне қатысушылардың сызықтық реттелген жиынтығы.

Өндірістік кәсіпорынның логистикалық арнаны таңдау мүмкіндігі макрологиялық жүйенің тиімділігін арттырудың маңызды резерві болып табылады. Логистикалық арнаны таңдағанда, тауарларды бөлу нысаны (транзиттік немесе қойма) таңдалады. Тауарлар бөлшек сауда желісіне түсетін логистикалық арналар әртүрлі болуы мүмкін.

Мысалы, тауар өндірушіден бөлшек сауда кәсіпорнына тікелей түсуі мүмкін. Бұл жағдайда тауардың бастапқы бағасы ең төмен болады, өйткені делдалдар тауарларды бөлу тізбегінен шығарылады және тауардың бағасы жеткізу шығындарына ғана артады. Алайда, жеткізілімдер ірі партияларда жүзеге асырылуы мүмкін, бұл бөлшек сауда кәсіпорындарына терең ассортимент қалыптастыруға мүмкіндік бермейді.

Терең ассортимент тұтынушылардың шоғырланған жерінде орналасқан көтерме саудагерді құрайды. Бұл делдал бөлшек сауда кәсіпорындарына қызмет көрсетудің максималды деңгейіне ие. Екі Көтерме сатушы арқылы тарату арнасы (өндіріс орнында және тұтыну орнында) материалдық ағынды тұтынушыға ең жақсы логистикалық қызметті ұсынады, бірақ тауардың бағасы ең жоғары болады.

Осылайша, өндірістік кәсіпорынның сату қызметі аясында логистикалық арнаны таңдау, логистикалық тізбекті қалыптастыру және көтерме делдалдарды пайдаланудың орындылығын анықтау жүзеге асырылады (қазіргі уақытта ірі бөлшек сауда желілері тауарларды тікелей өндірушіден сатып ала алады).

### **Сұрақ 3. Өткізу логистикасындағы Сервис**

Логистикалық қызметтерді ұсынатын кәсіпорын клиенттер үшін маңызды жеткізу сипаттамаларының сапасын жақсарту арқылы бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

Логистикалық қызмет-бұл тауарларды сату процесінде тұтынушылардың сұранысын шығындар тұрғысынан ең оңтайлы түрде қанағаттандыруды қамтамасыз ететін функциялар жиынтығы.

Өнім немесе қызмет нарығын сәтті дамытуға және жаулап алуға қамқорлық жасайтын кез-келген кәсіпорын тұтынушылардың сұраныстарына назар аударады. Тауарларды сату қосымша технологиялық қызметтерді көрсетумен байланысты. Логистикалық қызметтің сапасы тапсырыс параметрлерінің дәлдігін және сатып алушыға тауарларды уақтылы жеткізумен байланысты. Материалды өткізгіш тізбектегі қызмет көрсету логистикасы клиенттерге қызмет көрсету жүйесін қалыптастыруға және оны жұмыс жағдайында ұстауға жауап береді.

Логистикалық қызметті пайдалану кәсіпорындарға тауарларды сату процесін жүйелеуге, кәсіпорын мен оның клиенттері арасында байланыс орнатуға көмектеседі. Логистикалық қызметті сатушы кәсіпорын немесе

логистикалық сервис саласында мамандандырылған кәсіпорын (логистикалық провайдер) жүзеге асырады.

"Сатып алушы нарығы" жағдайында сатушы өз қызметін тұтынушылық сұраныс негізінде құруға мәжбүр. Бұл ретте сұраныс тауарға сұраныспен шектелмейді. Материалдық ағынды тұтынушы жеткізу процесінде оған көрсетілетін қызметтердің құрамы мен сапасы саласында да өз жағдайларын талап етеді.

Сатушының көзқарасы бойынша логистикалық қызмет дегеніміз – тұтынушы тауарға тапсырыс берген сәттен бастап тауарды алуға дейін онымен үздіксіз байланысты қамтамасыз ету үшін кәсіпорынның клиентпен өзара әрекеттесу әдістері мен технологиялары.

Клиенттің көзқарасы бойынша логистикалық қызмет-бұл ең алдымен сенімділік. Яғни, уәде етілген жұмыстарды белгілі бір уақыт аралығында дұрыс және дәл орындау мүмкіндігі.

Логистикалық қызметтің табиғаты тұтынушыға әртүрлі қызметтердің материалдық ағынын ұсыну мүмкіндігін ұсынады. Логистикалық қызмет сату процестерімен тығыз байланысты және тауарларды жеткізу процесінде де, жеткізуден кейін де көрсетілетін қызметтер жиынтығы болып табылады. Логистикалық қызмет сапасы белгілі бір өлшемдерге негізделген.

Бұл өлшемдерге мыналар кіреді:

- сенімділік - "дәл уақытында" тапсырысты орындау»;
- тапсырыс алғаннан бастап клиентке тауарлар партиясын жеткізуге дейінгі толық уақытты сақтау;
- клиенттердің ерекше тілектерін немесе жеткізілім икемділігін ескеру мүмкіндігі;
- жеткізушінің қоймасында қорлардың болуы;
- тауар несиелерін беру мүмкіндігі;
- қол жетімділік – жеткізушілермен байланыс орнатудың қарапайымдылығы және сатып алушылар үшін ыңғайлы жеткізу уақыты;
- қауіпсіздік – қауіптен, тәуекелден, сенімсіздіктен Бостандық, сондай-ақ жеткізу кезінде жүктің сақталуы.

Материалдық ағынды тұтынушыларға көрсетілетін сыртқы қызметтен басқа, ішкі Логистикалық қызмет те ерекшеленеді. Ішкі қызмет жеке кәсіпорынның шикізат немесе қызмет ағындарының ішкі тұтынушыларына немесе мезологиялық жүйелердегі кәсіпорындар бірлестіктеріне көрсетіледі. Бұл тәсіл кәсіпорынның басқа бөлімшесіне қатысты клиент ретінде анықтайды. Мысалы, өндірістік цехтарға қатысты кәсіпорынның сату қызметі клиент ретінде әрекет етеді.

Логистикалық қызметтің төрт түрі бар.

Көрініс 1. Тауар айналымы саласындағы материалдық ағынды тұтынушыларға қызмет көрсету сервисі. Ол келесі көрсеткіштермен анықталады: жеткізу уақыты, жиілігі, жеткізілімге дайындық, сенімділік және жеткізілім сапасы. Сервистің бұл түрін бір жеткізу тізбегіне кіретін кәсіпорындар көрсетеді.

Көрініс 2. Өндірістік-техникалық мақсаттағы өнімдерді тұтынушыларға қызмет көрсету сервисі. Өнім жеткізуге шарт жасасқан сәттен бастап өнім келіп түскен сәтке дейін ұсынылатын қызметтер жиынтығын қамтиды.

3 түрі. Тұтынушыға жеткізу туралы, өнімнің өзі және оған қызмет көрсету туралы ақпарат жиынтығымен сипатталатын ақпараттық қызмет көрсету қызметі. Мұнда тұтынушы ретінде тұтынушыға тауардың орналасқан жері туралы ақпарат берген кезде аралық (сауда-делдалдық ұйымдар) және соңғы тұтынушыларды қарастыруға болады.

Көрініс 4. Қаржылық-несиелік қызмет көрсету сервисі. Бұл өнімді төлеудің ықтимал нұсқаларының жиынтығы, клиенттерге ұсынылатын жеңілдіктер мен жеңілдіктер жүйесі.

Қызмет көрсету жүйесін жеткізушінің позициясынан да, қызмет алушының позициясынан да бағалауға мүмкіндік беретін маңызды критерий сервис деңгейі болып табылады. Тауарларды таратудың барлық кезеңдеріндегі сервистік қызмет қайтару логистикасымен тығыз байланысты.

Өндірістік кәсіпорынның шығатын материалдық ағыны тауар айналымы саласының бастапқы кезеңі болып табылады. Сондықтан тауарларды делдалдарға уақтылы жеткізу аралық және соңғы тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға мүмкіндік береді. Өндірушіден бастап соңғы тұтынушыларға дейін Жиынтық материалдық ағынды оңтайландыру тауарларды бөлу шығындарын едәуір азайтады.

### **Қорытындылар**

1. Сату логистикасы бұл тауарларды сату процесінде жүзеге асырылатын логистикалық функциялардың жүйелік интеграциясының саласы, бұл өндірістік кәсіпорынның өнімдерін тұтынушылар арасында материалдық және ілеспе ағындарды бөлу процесі.

Өткізу логистикасының мақсаты-қажетті тауарларды қажетті уақытта қажетті уақытта оңтайлы шығындармен жеткізуді қамтамасыз ету.

2. Логистикалық тарату арнасы-бұл өндірушіден (өндірістік кәсіпорыннан) тұтынушыларға материалдық ағынды жеткізуді жүзеге асыратын делдалдардың (ұйымдардың немесе жеке тұлғалардың) ішінара реттелген жиынтығы.

3. Логистикалық тізбек дегеніміз-сыртқы материалдық ағынды бір логистикалық жүйеден екіншісіне жеткізу үшін логистикалық операцияларды жүзеге асыратын физикалық тауарларды бөлу процесіне қатысушылардың сызықтық реттелген жиынтығы.

4. Өндірістік кәсіпорынның сату қызметі аясында логистикалық тарату арнасын таңдау, логистикалық тізбекті қалыптастыру және көтерме делдалдарды пайдаланудың орындылығын анықтау жүзеге асырылады.

5. Логистикалық қызмет-бұл тауарларды сату процесінде тұтынушылардың сұранысын шығындар тұрғысынан ең оңтайлы түрде қанағаттандыруды қамтамасыз ететін функциялар жиынтығы.

## **Бақылау сұрақтары**

- 1.Өткізу логистикасы мәнін ашыңыз?
- 2.Маркетингтік логистика мен маркетингтің айырмашылығын сипаттаңыз?
- 3.Өткізу логистикасы мен дәстүрлі өткізудің айырмашылығын ашып көрсетіңіз?
- 4.Өткізу логистикасының объектісі мен пәнін анықтаңыз?
- 5.Логистикалық логистика аясында орындалатын логистикалық функциялар мен логистикалық операцияларды анықтаңыз?
- 6.Макро - және микро деңгейдегі маркетингтік логистиканың қатысушыларын атаңыз?
- 7.Логистикалық арна қалай логистикалық тізбекке айналатындығын айқындаңыз?
- 8.Қандай тарату арнасы көп деңгейлі болып саналады? Ол қандай деңгейден тұруы мүмкін екендігін саралаңыз?
- 9.Логистикалық сату тізбегін құру процесін сипаттаңыз.
- 10.Жеткізуші тұрғысынан логистикалық қызметтің ерекшеліктерін сипаттаңыз?
- 11.Жеткізуші тұрғысынан логистикалық қызметтің ерекшеліктерін сипаттаңыз?
- 12.Логистикалық қызмет түрлерін сипаттаңыз.
- 13.Логистикалық қызмет жеткізушілерін атаңыз?
- 14.Ішкі Логистикалық қызмет пен сыртқы қызметтің айырмашылығын ашып көрсетіңіз?
- 15.Логистикалық қызмет сапасы қандай критерийлер бойынша бағаланатындығын саралаңыз?

## **Қажетті әдебиеттер:**

1. Бейжанова А.Т. Логистика. Оқулық құралы. – Алматы: Издательство «Дәуір», 2011 – 292 бет.
2. Бауэрсокс Дональд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика:интегрированная цепь поставок / Пер. с англ. - М.: ЗАО "Олимп-Бизнес". 2018
3. Левкин Г.Г. Основы логистики. Учебное пособие. - М.: Инфра-Инженерия, 2018. – 240 с.
4. Гаджинский А.М. Логистика. Учебник. — 21-е изд. — М.: Дашков и К°, 2016. — 420 с.
5. Гаджинский А.М. Практикум по логистике.— 8-е изд. — М.: Дашков и К°, 2012. — 312 с.