**Термінальні перевезення у прямих каналах збуту на прикладі мережі супермакетів АТБ**

В.В. ДЯЧЕК, к.е.н., доцент, Ю.Ю. ВАГІНА, студентка

*Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна*

*yuyurievna96@gmail.com*

Термінальні перевезення – перевезення, що організовані і здійснюються через термінали – спеціальний комплекс споруд, складських приміщень, де здійснюється погрузка та розгузка товарів, їх зберігання, сортування [3].

Сьогодні термінали є не лише пунктами накопичення дрібних відправок, але грають роль крупних вантажорозподільчих центрів і баз постачання, перетворюючись на все важливіші ланки логістичних ланцюгів виробників. У теорії і практиці розрізняють універсальні і спеціалізовані термінали і термінальні комплекси.

З метою мінімізації витрат деякі підприємства роздрібної торгівлі запроваджують логістичну систему з термінальними комплексами.

Компанією «АТБ-маркет» створений найбільший серед роздрібних операторів в країні логістичний комплекс, який складається з 6 розподільних центрів - терміналів. Три з них розміщені в Дніпропетровської області, по одному в Донецькій, Херсонській, Київській областях. Транспортну логістику забезпечує вантажний автопарк, який налічує більше 280 власних і 205 притягнених вантажних автомобілів [1].

Приблизний вантажообіг розподільних центрів компанії складає 70 000 тонн в місяць [1]. Складський комплекс обслуговує всі магазини торгівельної мережі "АТБ", здійснюючи планування, організацію і облік руху товарних потоків на території Центральної, Східної, Північної і Південної України.

Логістика супермаркетів АТБ представляє собою мережу розподільних центрів (складських приміщень), яку «АТБ» почала будувати першою серед українських рітейлерів. Складські приміщення розміщуються максимально близько до самих магазинів. Запровадження такої логістичної системи зменшило затрати у 2,5 рази, що складає до 2% валового прибутку мережі в цілому [2].

Особливість діяльності супермаркетів «АТБ» у тому, що вони використовують доставку з прямих каналів збуту. У даній мережі не використовуються послуги посередників, а здійснюється доставка безпореседньо від складу до магазину.

В діяльності «АТБ» прописані оптимальні маршрути, чітко розрахований час розгрузки товарів та графік їх доставки. Цим самим відбувається економія часу і фінансів. Також з метою економії були запроваджені автомобілі зі з’ємними причепами. Це дозволяє обслуговувати декілька магазинів одночасно. Автомобіль залишає причеп біля одного магазину і продовжує доставку в інші магазини [2].
 Це обумовлює також ціни нижчі, ніж у конкурентів. Важливо зазначити, що у мережі супермаркетів «АТБ» запроваджена власна торгова марка «Своя лінія». Продукція даної торгової марки виробляється по спеціальному замовленню і у певній кількості. Це дозволяє економити затрати.

Організувавши таку логістичну систему, «АТБ» створили свої конкурентні переваги. У кризових ситуаціях, це є одним із шляхів мінімізації затрат, економії коштів і часу на доставку товарів. Також це обумовлює дешевизну товарів у мережі супермаркетів «АТБ», що є привабливим для покупців.

Рекомендовано багатьом підприємствам роздрібної торгівлі України переглянути і проаналізувати логістичні системи. Це є найвигіднішим способом мінімізації витрат і максимізації прибутку.

**Список використаних джерел**

1. АТБ-маркет. Офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.atbmarket.com/
2. Forbes Украина [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1336454-pravdivaya-istoriya-atb-market
3. Кальченко, А. Г. «Логістика. Підручник»/А.Г. Кальченко. – К.: «Ранок», 2003.-284 с.