

УДК 658.152

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ
НА ОСНОВЕ МЕТОДОВ ЛОГИСТИКИ НА ПРИМЕРЕ ЧП «МАШИНОСТРОИТЕЛЬНАЯ
КОМПАНИЯ «ВИТЕБСКИЕ ПОДЪЕМНИКИ»****В.С. ГЛАЗКИН***(Представлено: А.Г. САМОЙЛОВА)*

Актуальность данного исследования заключается в том факте, что далеко не каждое производственное предприятие способно эффективно осуществлять свою деятельность без рационально построенного процесса распределения – начиная с выбора рынка распределения продукции, заканчивая внедрением логистических методов при управлении распределением готовой продукции. Рассмотрены понятие и значение распределительной логистики, проведен анализ системы распределения продукции ЧП «Машиностроительная компания «Витебские подъемники», исследованы рыночные возможности и предложено перепроектирование каналов распределения, проработаны соответствующие организационные изменения на предприятии.

В современном мире успешность и конкурентоспособность компании во многом зависит не столько оттого, что она производит, сколько от того, как она это делает. Решающее значение для достижения успеха на рынке играют бизнес-процессы, которые обеспечивают удовлетворение спроса наиболее гибким и надежным способом. Иными словами, успешность предприятия напрямую связана с тем, как оно управляет своими процессами, и насколько эти процессы соответствуют потребностям рынка. Данный вид деятельности имеет такое же значение, как и качество или стоимость производимой продукции.

Основой успеха коммерческой организации является выполнение цели: “подойти как можно ближе к конечному потребителю”. Это требует предельной степени гибкости и высокой оперативности.

Также во многом успех предприятия зависит от такого фактора, как охват рынка сбыта. Поскольку благодаря современному средству получения информации, а именно, сети “Internet”, спрос на продукцию становится глобальным. Современный посредник, либо покупатель на любом рынке требует от поставщиков продукции максимально возможного уровня обслуживания, особенно в том, что касается службы доставки.

Чтобы решить задачу удовлетворения глобального спроса на продукцию субъекты экономической деятельности прибегают к помощи распределительной логистики. Следует отметить, что в экономической литературе и по сей день существует множество различных подходов к трактовке понятия «распределительная логистика». Однако на основе сравнительного анализа нами предложено следующее определение понятия «распределительная логистика». Распределительная логистика – это комплекс взаимосвязанных функций, реализуемых в процессе управления каналным и физическим распределением готовой продукции и услуг с целью удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли [1, с. 153].

Данный вид логистической деятельности выполняет следующие функции:

- определение покупательского спроса и организация его удовлетворения;
- установление хозяйственных связей по поставкам товаров и оказания услуг потребителям;
- построение распределительной структуры распределительных каналов;
- накопление, сортировка и размещение готовой продукции;
- транспортировка готовой продукции;
- управление запасами;
- выбор рациональных форм товародвижения;
- мониторинг и информационная поддержка распределения [2, с. 62].

Основная цель логистической системы распределения заключается в том, чтобы доставить товар в необходимом количестве, в нужное место и в нужное время. В отличие от маркетинга, который занимается выявлением и стимулированием спроса, логистика призвана удовлетворять сформированный маркетингом спрос с минимальными затратами. Очевидно, что решение задачи организации каналов распределения играет при этом важную роль [3, с. 71].

Выбор того или иного метода организации сбыта зависит от конкретных условий рынка, продаж и стратегии самой фирмы.

При построении канала распределения следует учесть множество нюансов. А правильное его построение принесет увеличение прибыли организации [4, с. 35].

В ходе исследования нормативно-правовой базы Беларуси в затронутой нами области, было выявлено, что государство уделяет внимание развитию данного вида деятельности.

Частное предприятие «Витебские Подъемники» – динамично развивающееся предприятие машиностроения, специализирующееся на производстве подъемно-транспортного оборудования, соответствующего современным стандартам качества. Оно обладает достаточно мощным производственным потенциалом.

Деятельность ЧП «Витебские Подъемники» имеет как сильные, так и слабые стороны. Организация имеет ряд преимуществ по отношению к своим прямым конкурентам. К числу весьма значимых преимуществ следует отнести высокое качество выпускаемой продукции и ее соответствие современным стандартам качества, а также широкий ассортимент и низкую цену.

Анализ платежеспособности ЧП «Витебские Подъемники» показал, что организация неплатежеспособна в краткосрочном периоде. А именно, предприятие не в состоянии стабильно оплачивать текущие счета. Кроме того, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами свидетельствует об отсутствии у предприятия собственного оборотного капитала. Оборотные активы сформированы за счет заемных средств, и зависимость от заемщиков высока, что делает риск невыплаты по обязательствам и потери устойчивости высоким. Однако коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами говорит о нормальной платежеспособности организации в целом.

Уменьшение доли основных средств свидетельствует о снижении накладных расходов. Однако их доля все еще остается значительной, что влечет за собой значительную чувствительность к изменению объема выручки. Для сохранения финансовой устойчивости предприятию необходимо иметь высокую долю собственного капитала в источниках финансирования. Стоит отметить, что за 2014 г. его доля выросла почти до 25%, что можно отметить как положительную тенденцию.

Увеличение дебиторской задолженности является негативным изменением и может быть вызвано проблемами, связанными с оплатой продукции предприятия либо активным предоставлением продукции в кредит.

Что касается пассивов предприятия, то здесь темп прироста собственных средств опережает темп прироста заемных средств, что способствует укреплению финансовой устойчивости ЧП «Витебские Подъемники».

Нулевое изменение доли добавочного фонда свидетельствует об отсутствии быстрого развития предприятия, т.к. эта часть собственного капитала создается в процессе хозяйственной деятельности.

Анализ использования прибыли показал, что в начале 2014 г. основную долю прибыли занимала прибыль от реализации продукции, однако к концу периода ее доля сократилась в пользу прибыли по финансовой деятельности. Доля чистой прибыли возрастает, что, несомненно, является положительным моментом.

Логистическая система ЧП «Витебские Подъемники» представляет собой совокупность таких подразделений предприятия, как отдел материально-технического снабжения, отдел маркетинга и сбыта, а также склад. Взаимосвязи этих отделов друг с другом и другими подразделениями предприятия, а также с внешними контрагентами: поставщиками, покупателями, дилерами и дистрибьюторами. Такие взаимосвязи можно проследить по движению потоков: материальных, информационных, финансовых и др.

На предприятии нет службы логистики, подразделения, отвечающие за управление материальными и сопутствующими им потоками, сводятся к отделу материально-технического снабжения, складу и отделу маркетинга и сбыта.

Сбытом готовой продукции на ЧП «Витебские Подъемники» занимается отдел маркетинга и сбыта. К основным задачам отдела относятся: обеспечение реализации продукции предприятия, привлечение новых заказов, контроль поставки продукции потребителю, а также возврат денежных средств за продукцию.

В результате исследования структуры распределения готовой продукции ЧП «Витебские Подъемники» было выявлено, что предприятие использует эксклюзивный тип распределения готовой продукции. Данный тип подразумевает под собой продажи напрямую от производителя потребителю, а также сбыт продукции через официальных дилеров. Целесообразным был бы переход к интенсивному типу распределения продукции, который подразумевает под собой переход к более широкому каналу распределения, увеличению количества и видов посредников, а также изменения в производственных мощностях и организационной структуре предприятия.

Таким образом, на взгляд автора, основной проблемой на предприятии является недостаточное количество посредников, а соответственно и недостаточный охват рынка автогидроподъемников и специализированного оборудования.

Решением данной проблемы предприятия, с нашей точки зрения, может быть переход от прямого сбыта к смешанному на внутреннем рынке. А также увеличение количества дилеров в наиболее перспективных, с точки зрения емкости, регионах на внешнем рынке.

Для осуществления поставленных задач, нами был усовершенствован бизнес-процесс управления распределением, введено две новые должности и разработана система мотивации нового сотрудника,

проведено маркетинговое исследование внутреннего и внешнего рынков, были перепроектированы каналы распределения, проведен расчет экономической эффективности данных мероприятий, а также разработан механизм внедрения и учтены риски при осуществлении внедрения усовершенствованной нами системы управления распределением готовой продукцией.

По итогам наших расчетов, предлагаемые мероприятия приведут как минимум к десятипроцентному увеличению объемов сбыта готовой продукции. Также стоит отметить, что согласно проведенным нами исследованиям, внедрение данных усовершенствований займет около пяти месяцев.

Таким образом, данная разработка является актуальной для ЧП «Витебские Подъемники», поскольку позволит увеличить объем сбыта, а также доли предприятия на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алесинская, Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т.В. Алесинская. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2009. – 79 с.
2. Бережной, В.И. Методы и модели управления материальными потоками микрологистической системы автопредприятия / В.И. Бережной, Е.В. Бережная. – Ставрополь, 2014 – 321 с.
3. Ельдештейн, Ю.М. Логистика : учеб. пособие / Ю.М. Ельдештейн. – М. : Юнити, 2010. – 211 с.
4. Семенов, А.И. Предпринимательская логистика / И.И. Семенов. – СПб. : Политехника, 2010 – 140 с.