

УДК 338.2

ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

О. Д. МАКАРЕВИЧ

Белорусско-Российский университет
Могилев, Беларусь

В рамках проведенного исследования предложена следующая последовательность действий, которая позволит выработать основные направления стратегического развития системы распределения продукции:

- анализ существующей системы распределения готовой продукции предприятия с использованием элементов функционально-стоимостного анализа, портфельных методов и SWOT-анализа;

- разработка плана по развитию выявленных рыночных возможностей предприятия на будущее;

- построение оптимизационной модели на основе диаграмм Ганта, которая позволит выявлять резервы дополнительной возможной экономии трудо-часов и денежных средств при реализации стратегического плана.

Проблемой для реализации разработанного стратегического плана распределения продукции является недостаточная проработка условий транспортно-логистического обеспечения процесса распределения, при организации которого должны решаться следующие задачи:

- образование транспортных систем, включая мультимодальную систему;
- планирование транспортных процессов;
- образование непрерывной цепи транспортно-складского процесса;
- определение вида транспорта и способа транспортировки;
- оптимизация транспортного процесса и маршрутов доставки;
- оптимизация формы товародвижения в системе распределения.

В рамках данного исследования проведено сравнение форм снабжения готовой продукцией торговых точек предприятия – транзитной и складской. Расчет затрат для шести потребителей при транзитной и складской формах поставок показал, что экономия в результате применения складской формы поставок может составить 3,78 тыс. р. в год только в Могилевском регионе, что позволит повысить эффективность системы товародвижения цепи поставок готовой продукции. Эффект будет выражаться в экономии затрат на реализацию, снижении их уровня, а следовательно, в повышении рентабельности деятельности, а также в снижении запасов готовой продукции. Подводя итог, можно сделать вывод о том, что применение данных мероприятий на практике позволит улучшить распределительную деятельность и расширить целевую аудиторию для повышения эффективности деятельности в целом.

