

УДК 338.2

ОБОСНОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Т. В. ПУЗАНОВА

Белорусско-Российский университет
Могилев, Беларусь

Активное развитие производств легкой промышленности в развивающихся странах при значительной государственной поддержке и наличии собственного сырья оказало влияние на перераспределение производительных сил отрасли с центром производства в странах Юго-Восточной и Средней Азии. В этих условиях важнейшей задачей предприятия легкой промышленности является обеспечение его экономической безопасности и конкурентоспособности. В этом контексте логистическая концепция развития любого субъекта хозяйствования является одним из важнейших инструментов, обеспечивающих оптимизацию ограниченных ресурсов при управлении материальными потоками.

В структуре обрабатывающей промышленности Республики Беларусь как основы промышленного производства, на долю которой приходится около 80 % общего объема промышленного производства, производство текстильных изделий, изделий из кожи и меха составляет около 4 %.

ОАО «Лента» является членом концерна «Беллегпром» и в системе легкой промышленности Республики Беларусь это ведущее предприятие по производству текстильно-галантерейных изделий: лент, тесьмы, шнуров, текстильной застежки, гардинного полотна, штучных гардинных изделий. Основные конкуренты предприятия, обладающие достаточными производственными мощностями, находятся за пределами Республики Беларусь: в Польше, России, Тайване, Китае, Турции. Основное конкурентное преимущество производителей текстильной галантереи и гардинного полотна – как правило, более низкий уровень цен на продукцию.

При выявлении конкурентных преимуществ важными факторами являются внешняя и внутренняя среда предприятия, состояние которых необходимо контролировать. Для изучения факторов микросреды проведен анализ пяти сил Портера, факторов внешней среды – PEST-анализ, совокупности сред – SWOT-анализ.

Результат анализа пяти сил Портера показал, что наиболее высокую угрозу предприятию при выходе на новые производственные мощности представляет жесткая ценовая конкуренция со стороны уже существующих на рынке игроков. При этом работа с существующими покупателями и поставщиками всё же должна оставаться одним из главных приоритетов, а также должна основываться на постоянном обновлении ассортимента, поиске новых покупателей, новых рынков сбыта, выводе на рынок новых продуктов. По данным PEST-анализа были определены важнейшие направления маркетинговой стратегии

предприятия: постоянное внедрение новых технологий производства и стимулирование продаж. По данным SWOT-анализа, усилия необходимо сконцентрировать на оперативном мониторинге рынка для реализации ценовой политики и инвестировании в маркетинговые мероприятия.

Конкурентоспособность предприятия во многом определяется конкурентоспособностью выпускаемой продукции, анализ которой для ОАО «Лента» проведен с помощью методики с применением единичных и групповых показателей конкурентоспособности продукции, оцениваемых с позиции потребителей в сравнении с основными конкурентами предприятия – гардинной фабрикой «Моздокские узоры» и ООО «Фитекс». В результате оценены основные конкурентные преимущества ОАО «Лента»: высокое качество продукции и его постоянный контроль; высокий процент обновления рисунков гардинного полотна и изделий при более низкой средней цене конкурентов.

Таким образом, в целом предприятию для сохранения и укрепления своих конкурентных позиций требуется осуществление деятельности в области распределительной логистики в следующих направлениях:

- ассортиментная политика. Перспективное направление в развитии ассортимента и увеличении доли рынка ОАО «Лента» в Российской Федерации – производство текстильной галантереи для пошива военного имущества (одежды, снаряжения). Данное направление привлекательно тем, что закупка данного ассортимента происходит в основном в рамках гособоронзаказа и отличается большими объемами закупок и платежеспособностью покупателей;

- дистрибуционная политика: проведение политики клиентинга, увеличение объемов поставки в Узбекистан, Казахстан, Таджикистан;

- разнообразная по организационным формам логистика, основанная на своевременном размещении заказов в производстве, оптимальном управлении запасами, обеспечении выполнения заказов потребителей;

- ценовая политика: контроль за ценовой политикой конкурентов и корректировка цен реализации продукции, обеспечение единства цен в дистрибуционной сети в пределах региона.

При наличии развитой товаропроводящей сети предприятию требуется для расширения рынков сбыта, увеличения объемов продаж на экспорт расширение дилерской сети в Российской Федерации (Южный и Приволжский округа), Монголии и Туркменистане. По величине критического уровня продаж были выбраны оптимальные виды вариантов каналов сбыта (одноканальные и многоканальные), обеспечивающие наименьшие затраты на их содержание, что позволит обеспечить прирост прибыли до 27 %.

Таким образом, для анализируемого промышленного предприятия наиболее выгодными являются прямые хозяйственные связи, когда связующим звеном между потребителем и предприятием выступают только розничная сеть магазинов и взаимодействие с посредниками (дилерами), т. к. это уменьшает затраты, связанные с распределением товаров. Для экспортно ориентированного предприятия, такого как ОАО «Лента», важнейшим решением, укрепляющим его экономическую безопасность и конкурентоспособность, является эффективное расширение рынков сбыта.