

УДК 338.2

## ОПТИМИЗАЦИЯ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. В. ПУЗАНОВА

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

В современных рыночных условиях, когда рынок ориентирован на покупателя, очевидно нерациональное использование традиционной концепции производства и все больше предприятий переходят к логистической концепции. Поэтому проблема проектирования, формирования и оптимизации логистических систем производственных предприятий стоит как никогда остро.

Проведен анализ основных финансово-экономических показателей ЗАО ОПТФ «Світанак» за 2018–2020 гг., сделан вывод, что в работе предприятия наблюдались как положительные, так и отрицательные тенденции. Ухудшилось финансово-экономическое положение, что выразилось снижением следующих показателей: выручка и прибыль от реализации, чистая прибыль, рентабельность. При этом отмечался рост объемов производства и повышение производительности труда, снижение затрат на рубль товарной продукции, что отражает развитие предприятия и очень актуально в условиях современного конкурентного рынка.

Анализ показателей сбыта и распределения продукции на внешних рынках показал отсутствие определенного тренда и постоянные колебания объемов сбыта продукции за 2018–2020 гг. Для оценки риска невостребованной продукции проведен анализ обеспеченности производства продукции контрактами на поставку и выявлены причины невостребованности продукции. Внутренними причинами являются: неправильно составленный прогноз спроса на продукцию; неправильная ценовая политика на рынках сбыта; снижение конкурентоспособности продукции в результате низкого качества сырья, оборудования, отсталой технологии, низкой квалификации персонала; неэффективная организация процесса сбыта и рекламы продукции. К внешним причинам относятся: неплатежеспособность покупателей; повышение процентных ставок по вкладам; демографические, социально-экономические, политические и другие изменения. Структура по рынкам сбыта продукции ЗАО ОПТФ «Світанак» представлена как соотношение: 46 % – внутренний рынок и 54 % – внешний, в основном российский, рынок. На внутреннем рынке наибольший объем сбыта приходится на г. Минск. Наименьший объем сбыта приходится на Брестскую и Гомельскую области. Рынок верхней детской одежды Российской Федерации отличается гораздо большей емкостью по

сравнению с внутренним рынком Республики Беларусь, находится на стадии зрелости и отличается избытком предложения над спросом и высоким уровнем конкурентности. Анализ динамики объемов сбыта на внешнем рынке по видам продукции показал снижение объемов реализации практически по всем группам. На внешнем рынке ЗАО ОПТФ «Світанак» использует как прямые продажи, так и работу с посредниками. Наибольший объем сбыта приходится на косвенный сбыт, организованный российскими торговыми фирмами, расположенными в основном в московском регионе, наибольший удельный вес приходится на ОАО «Агрика» и ООО «Русские товары». Поэтому с целью оптимизации распределительной системы ЗАО ОПТФ «Світанак» на внешних рынках необходимо расширить рынок сбыта продукции. Для ЗАО ОПТФ «Світанак» на внешнем рынке целесообразно входить в крупные торговые сети, которые известны потребителям и пользуются спросом. Вариантом работы с посредниками будет покупка и продажа продукции ЗАО ОПТФ «Світанак» посредниками от своего имени и за свой счет. Отношения с выбранными посредниками должны быть направлены в русло достижения синергического эффекта рыночного успеха и превосходства над конкурентами. Повышение эффективности системы распределения ЗАО ОПТФ «Світанак» за счет расширения рынка, выбора посредников и совершенствования работы с ними позволит достичь при пессимистическом прогнозе увеличение выручки на 3 %, при вероятном прогнозе – на 5 %, при оптимистическом прогнозе – на 7 %.

Для исследования спроса потребителей на продукцию ЗАО ОПТФ «Світанак» на внутреннем рынке были проведены маркетинговые исследования путем анкетирования покупателей в магазинах фирменной торговли. Проведение опроса позволяет определять основные направления совершенствования ассортимента продукции. В результате исследования выявлялись наиболее востребованные виды одежды, частота их приобретения, ассортимент продукции, уровень цен, цвет одежды, вид ткани и приверженность покупателей к данной марке одежды. Пожеланиями респондентов было производство курток с подкладкой из флисовой ткани. Сравнительный анализ себестоимости такого товара с существующим вариантом производства показал возможность снижения затрат и получения большей прибыли при условии роста спроса и сохранения уровня цен. Для прогнозирования объемов реализации обновленного вида товара применялся метод Фурье, при этом при выборе модели наилучшим образом отразил исходный временной ряд с объемами реализации ряд с тремя гармониками. Наличие резерва неиспользованной производственной мощности, исследования рынков сбыта и прогноз спроса с применением метода Фурье позволяют обосновать план продаж и ожидать рост объемов реализации курток на 7,5 % и рост прибыли по номенклатурной группе данного вида продукции на 15,6 %. Таким образом, реализация рассмотренных мероприятий позволит повысить эффективность деятельности рассматриваемого предприятия за счет оптимизации его распределительной системы.