

РАЗДЕЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Слонимская М.А., к.э.н., доцент,
Витебский государственный технологический университет, г. Витебск, Республика Беларусь
marina_slonimska@tut.by

ОЦЕНКА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКОВ СБЫТА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЦЕПИ ПОСТАВОК

На глобальном рынке, компании все чаще конкурируют не как индивидуумы, а как часть общей цепи поставок. Соответственно, в процессе стратегического управления для принятия обоснованных решений должна рассматриваться вся цепь поставок от источника сырья до конечного потребителя, а также глобальные факторы и тенденции, определяющие конкурентоспособность компании. Эффективное управление операциями в международном масштабе требует изучения этих глобальных факторов и внедрения нового подхода к управлению производством на основе управления цепями поставок и логистики.

Одним из важнейших решений, определяющих успех деятельности предприятий на внешних рынках и эффективность международной цепи поставок является выбор международных рынков сбыта. Методы выбора зарубежного рынка аналогичны тем, которые используются для внутреннего рынка: ведущее место среди них занимают кабинетные, полевые исследования или их сочетание. Кроме того, применяются метод экспертных оценок, метод совместного анализа, метод Саати, балловый метод и многие другие методы. Все эти методы отличаются по способам получения информации, характеру ее использования, технике проведения исследований и их конечным результатам.

Выходя на рынок, производитель должен осознавать, что его товар не может удовлетворять запросы всех покупателей. Вместе с тем он должен стремиться к производству товара, который в наибольшей степени удовлетворял бы нужды и потребности существующих и потенциальных покупателей. Последнее возможно только в том случае, когда производителем установлен факт соответствия изготавливаемых или запускаемых в производство товаров запросам и вкусам покупателей, определено, насколько товары его фирмы отличаются по свойствам и качеству от товаров фирм конкурентов. Необходимо также выявить недостатки и достоинства товара, определить отношение к нему отдельных групп покупателей, выявить возможные изменения требований рынка к товару в перспективе, а также установить сферы его использования в будущем. На выяснение этих вопросов и направлено исследование рынка. Оно должно помочь фирме выбрать такой рынок сбыта и товар, который позволили бы расширить спрос и увеличить емкость рынка.

Автором предлагается методика оценки привлекательности отдельных зарубежных рынков сбыта на основе кабинетных исследований, которая рассмотрена на примере выбора предприятием мясоперерабатывающей отрасли промышленности регионов сбыта в Республике Казахстан.

В качестве основного источника информации были использованы данные Агентства Республики Казахстан по статистике, приведенные в статистическом сборнике «Регионы Казахстана в 2011 году». Отбор данных для анализа осуществлялся по следующим направлениям:

1) характеристика емкости рынка мясной продукции (численность населения, человек; плотность населения, человек на 1 кв. км.; потребление мяса и мясопродуктов на душу населения в год, кг; расходы домохозяйств на продовольственные товары в среднем на душу населения в год, тенге; среднемесячная номинальная заработная плата одного работника, тенге; импорт живых животных и продукции животноводства на душу населения в год, долл. США; объем продажи мяса, в том числе мяса домашней птицы и мясных продуктов на душу населения в год, тенге; объем услуг общественного питания на душу населения в год, тыс. тенге);

2) характеристика внутреннего производственного потенциала в сфере производства мяса и мясопродуктов (экспорт живых животных и продукции животноводства на душу населения в год, долл. США; производство мяса всех видов скота сельскохозяйственными предприятиями в расчете на душу населения в год, кг; производство мяса и субпродуктов пищевых промышленными предприятиями на душу населения в год, кг; производство колбас и изделий аналогичных из мяса, субпродуктов мясных или крови животных промышленными предприятиями на душу населения в год, кг);

3) национальная специфика потребления мясных продуктов (доля казахов в общей численности населения, %; естественный прирост населения на 1000 человек; поголовье свиней на 1000 населения, голов).

Для того чтобы получить интегральную оценку факторов емкости рынка мясной продукции, внутреннего производственного потенциала в сфере производства мяса и мясопродуктов, а также национальной специфики потребления мясных продуктов по регионам Казахстана исходные данные необходимо привести к сопоставимому виду. С этой целью воспользуемся следующей формулой:

$$I_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{imin}}{x_{imax} - x_{imin}}, \quad (1)$$

где I_{ij} – сопоставимая оценка i -го показателя по j -тому региону;
 x_{ij} – исходное значение i -го показателя по j -тому региону;
 x_{imin} – минимальное значение i -го показателя;

$X_{i\max}$ – максимальное значение i-го показателя.

Интегральная оценка емкости рынка мясной продукции рассчитывалась как средняя из трех составляющих – оценки численности населения, оценки плотности населения и средней оценки объема потребления. Результаты расчетов представлены графически на рисунках 1 и 2.

На рисунке 1 представлена карта позиционирования областей Казахстана по емкости их рынка мясной продукции и национальной специфике.

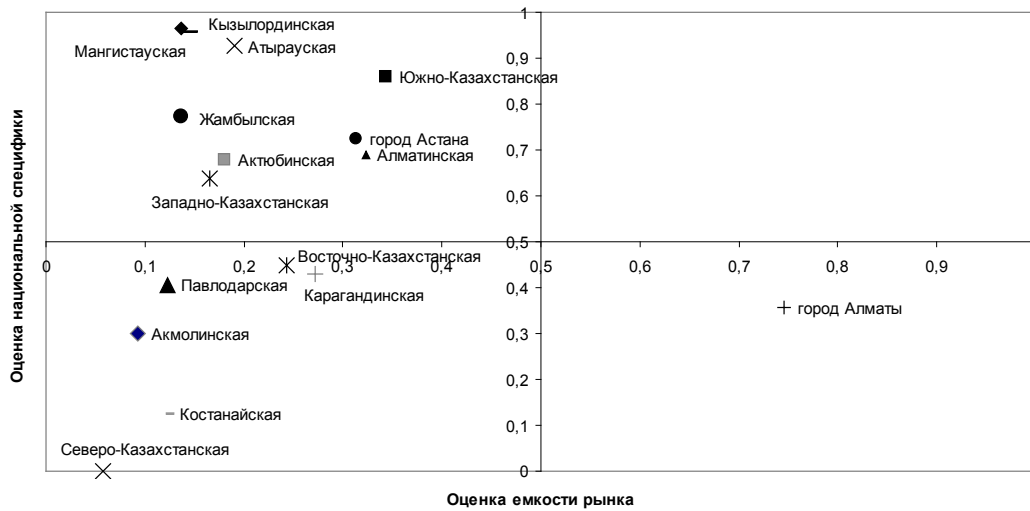


Рисунок 1. Карта позиционирования областей Казахстана по емкости их рынка мясной продукции и национальной специфике

Чем выше и правее расположен регион на данной карте, тем он более привлекателен для сбыта продукции из говядины и мяса птицы. В наилучший (правый верхний сегмент) не попадает ни один регион, поэтому необходимо обратить внимание на правый верхний угол левого верхнего сегмента. Таким образом, в первую очередь при продаже данного вида продукции следует ориентироваться на Южно-Казахстанскую область, Алматинскую область и город Астана как относительно более емкие и имеющие национальную специфику потребления мясных продуктов. Можно также обратить внимание на Кызылординскую, Атыраускую и Мангистаускую области как наиболее специфические по потреблению мясных продуктов. Город Алматы, имеющий наиболее емкий рынок мясных продуктов и в меньшей степени обладающий национальной спецификой можно рассматривать как регион сбыта продукции из свинины.

На рисунке 2 представлена карта позиционирования областей Казахстана по емкости их рынка мясной продукции и внутреннему производственному потенциалу. Чем ниже и правее расположен регион на данной карте, тем он более привлекателен для сбыта мясной продукции. В наилучший (правый нижний сегмент) попадает один регион – город Алматы, на который следует ориентироваться для обеспечения эффективных продаж. Можно также обратить внимание на город Астана и Южно-Казахстанскую область как более емкие, по сравнению с другими регионами и имеющие более низкий собственный производственный потенциал в сфере производства мясных продуктов.

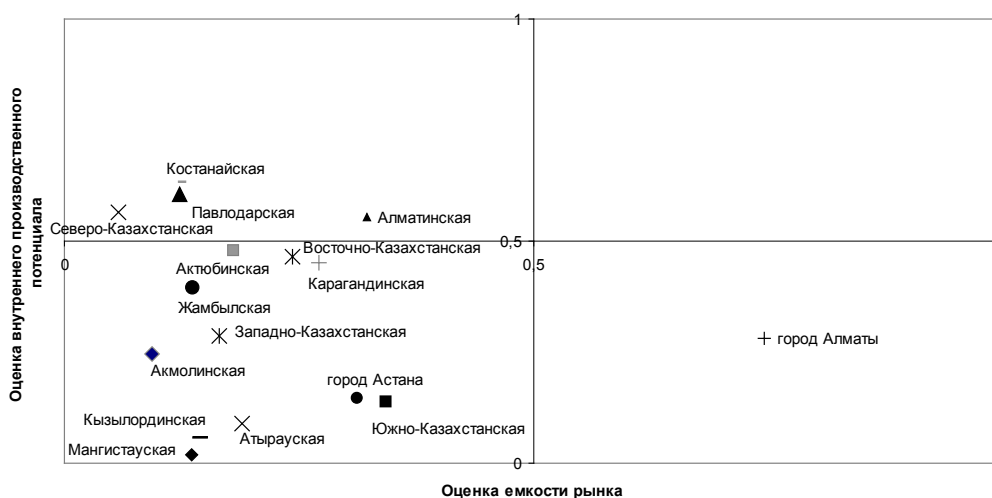


Рисунок 2. Карта позиционирования областей Казахстана по емкости их рынка мясной продукции и внутреннему производственному потенциалу

В целом использование предложенной методики оценки и выбора зарубежных рынков сбыта обеспечивает снижение рисков и издержек при выходе предприятия любой отрасли на зарубежные рынки сбыта и способствует повышению эффективности его деятельности при формировании международной цепи поставок.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Береза, Е.Н. Выход предприятий на зарубежные рынки: целесообразность, мотивы, алгоритм выхода. / Е.Н.Береза // Вестник ИНЖЭКОНа. сер. Экономика. вып. 2(21). – СПб.: СПбГИЭУ, 2008. – С. 11-15.
2. Сайт Агентства Республики Казахстан по статистике //www.stat.gov.kz

Вакулич Н.А., Кулеш Е.И.,
Брестский государственный технический университет, Республика Беларусь
vna_brgtu@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Как показывает мировой опыт, важнейшим фактором экономического роста является формирование логистической системы, охватывающей различные сферы деятельности в стране. В индустриально развитых странах логистика давно поставлена на службу повышения эффективности управления движением материальных потоков. В современной рыночной среде процесс совершенствования логистического управления товародвижением объективно приводит к усилению интеграции организаций, участвующих в перемещении товаров. Возникает необходимость регулирования всей системы движения товаров, при этом эффективность цепи поставок определяется уровнем организационного оформления хозяйственных связей всех участников товародвижения.

Основной сложностью исследований в области развития и функционирования логистических систем является разработанность отечественными и зарубежными экономистами в основном общей методологии изучения логистических систем и недостаточная научная база анализа региональных логистических систем.

Логистическая система представляет собой синергию материальных, информационных и финансовых потоков и процессов, образующих адаптивную систему, включающую объект и субъект логистического управления.

В Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года дано следующее определение логистической системы.

Логистическая система – сложная организационно завершенная (структурированная) экономическая система, которая состоит из элементов-звеньев (транспортно- и оптово-логистических (торгово-логистических) центров), взаимосвязанных между собой и взаимодействующих посредством информационного обмена в целях достижения эффективного управления цепями поставок товаров и грузов, с участием республиканских и местных органов государственного управления, заинтересованных организаций, располагающих транспортными, складскими, экспедиторскими, информационными, финансовыми, сертификационными, страховыми и производственными структурами.

Отметим, что каждая логистическая система как объект исследования уникальна в смысле наличия определенной системы факторов, связей и процессов, значительное количество которых являются стохастическими или качественными (субъективными), что вызывает высокую степень неопределенности в ее поведении и формировании управления.

Эволюция логистических систем за рубежом доказывает, что они становятся одним из важнейших стратегических инструментов в конкурентной борьбе не только для отдельных организаций, но и страны в целом. В Республике Беларусь сложилась несколько иная ситуация. В силу объективных причин исторического, политического, экономического характера имеет место определенное технологическое отставание в области логистики.

Это происходит из-за специфичности развития самих логистических систем, обусловленных целым рядом причин:

- необходимы достаточно прочные связи между производителями, поставщиками и потребителями, которые должны быть объединены в одну систему;
- создание логистических систем требует капитальных вложений и подчас достаточно значительных;
- темпы развития производственной, технической и технологической базы логистики в разных отраслях экономики в последние годы очень высоки и требуют практически постоянного внесения улучшений или внедрения новых продуктов, что требует значительных единовременных затрат;
- постоянное совершенствование технологий предполагает интенсивную подготовку кадров по специальности «логистика», переподготовку и повышение квалификации в этой области персонала среднего и высшего менеджмента.

Отметим, что немаловажным аспектом развития логистической системы является размещение элементов логистической цепи, то есть построение территориальной структуры, наполненной соответствующими объектами и коммуникациями.