

курентоспособности национальной экономики на мировом рынке. Это обусловливается следующими причинами:* во-первых, инновационное предпринимательство гораздо восприимчивее к новшествам, что позволяет малым инновационным предприятиям успешно конкурировать с крупными компаниями;* во-вторых, инновационное предпринимательство обладает высоким потенциалом адаптации к изменениям рыночной ситуации как в кратко-, так и в среднесрочной перспективе, что позволяет весьма гибко реагировать на рыночный спрос, создавать новые и модифицировать существующие человеческие потребности. Республика Беларусь сумеет удовлетворить не только внутренние потребности ИТ-сферы, но и экспортировать эти услуги.

Реализация имеющихся преимуществ для развития экспорта отрасли ИТ приведет к нескольким важным следствиям. Во-первых, это стимулирует создание компаний в этом секторе. Во-вторых, способствует тому, что многие крупные иностранные производители программного обеспечения создадут в Беларуси свои дочерние фирмы и филиалы. Результатом бурного развития отрасли станет как расширение внутреннего рынка, так и, в первую очередь, наращивание объемов экспорта.

Самыми известными компаниями в Беларуси являются Wargaming.net, создатель многопользовательской игры World of Tanks, Viaden Media, выпускающие популярные мобильные приложения, и группа компаний «Группа IBA», которая является одним из крупнейших в Центральной и Восточной Европе разработчиком решений и услуг в сфере высоких технологий.

Список цитированных источников

1. Внешнеэкономическая деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gb.by- Дата доступа 24.01.2017
2. Национальная программа поддержки и развития экспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belgynok.by- Дата доступа 24.01.2017
3. Национальный правовой Интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pravo.by -Дата доступа 23.01.2017.
4. Официальная статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belstat.gov.by - Дата доступа 24.01.2017.

УДК 658.7

Диковицкая Д.В.

Научный руководитель: доцент Медведева Г.Б.

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ БЕЛАРУСИ

Целью настоящей работы является обоснование возможности применения концепции управления цепями поставок в распределении готовой продукции на предприятиях промышленности Республики Беларусь.

Предмет исследования – выходящий материальный поток и входящий информационный поток предприятия.

Объект исследования – ОАО «Брестское мороженое».

Основной вид деятельности предприятия – производство цельномолочной продукции, мороженого и глазированных сырков.

В настоящее время все чаще предприятия рассматриваются как объекты

логистической системы. Деятельность предприятий анализируется с точки зрения трех основных бизнес-процессов – снабжение, производство и распределение продукции, для рационального управления указанными процессами наиболее применим логистический подход.

Концепция управление цепями поставок представляет собой комплекс интегрирования ключевых бизнес-процессов, начинающихся от конечного потребителя и охватывающих всех поставщиков сырья и материалов, добавляющих ценность для потребителей и других заинтересованных лиц. Иными словами, управление цепями поставок — это интеграция ключевых бизнес-процессов, включающая управление взаимоотношениями с потребителями, обслуживание потребителей, управление спросом, управление выполнением заказов, поддержку производственных процессов, управление снабжением, управление разработкой продукции [1].

Реализация и распределение продукции для производственного предприятия является важными составляющими предпринимательской деятельности и соответственно получения прибыли, поэтому правильная организация работы товаропроводящих сетей, движения материального и информационного потоков и их управление имеют большое значение при управлении всей логистической системой предприятия.

Объемы произведенной и реализованной продукции являются ключевыми показателями в деятельности любого предприятия, в том числе и предприятия молочной промышленности.

Организация распределения готовой продукции на предприятиях молочной промышленности имеет свои специфические особенности. Одной из существенных особенностей являются ограниченные сроки годности молочной продукции. Учитывая указанную особенность, необходимо соответствующим образом организовывать работу по управлению распределением в рамках концепции управления поставок на предприятии.

При применении концепции управления цепями поставок (SCM) в распределении рассматриваются и изучаются два ключевых и важнейших потока – материальный и информационный [2].

Выходящий материальный поток рассматривается с точки зрения реализуемой готовой продукции и имеющихся каналов распределения. Для разных ассортиментных позиций применяются различные типы каналов распределения. Наиболее предпочтительным при реализации молочной продукции является косвенный одноуровневый канал, в котором в качестве посредника между производителем и конечным потребителем выступает розничный магазин или торговая сеть.

Подходы, используемые при применении концепции SCM, оказывают помощь в принятии управленческих решений при распределении в случае большой номенклатуры продукции по каналам с оптимальными затратами времени и средств.

Информационный поток также играет немаловажную роль при распределении продукции. Он движется в противоположном направлении относительно материального потока. Бизнес – процесс принятия заказа производителем от потребителя является ключевым при организации работы всего предприятия, поскольку именно на основе потребительского спроса устанавливаются объемы производства продукции. От скорости и точности обработки входящего информационного потока, также от полноты предоставляемой посреднику информации зависит, будет ли посредник сотрудничать с производителем или нет. Немаловажным фактором при управлении распределением на молочных

предприятия является доступ к информации об имеющейся на складах готовой продукции в режиме реального времени.

Для материального потока управление цепями поставок может быть связано с расширением товаропроводящей сети за счет выхода на новые рынки сбыта (например, для ОАО «Брестское мороженое» это могут быть рынки молочной продукции Казахстана и Российской Федерации). Для информационного потока – применение комплексной информационной системы. При этом необходимо учитывать следующие факторы:

- ✓ внешняя среда, т. к. предприятие занимается производством готовой продукции, потребителями выходящего материального потока являются контрагент из внешней среды, также из внешней среды поступают заказы на поставку продукции, следовательно, оно взаимодействует с окружающей его внешней средой;

- ✓ персонал – персонал играет ключевую роль в распределении продукции компании, улучшение работы распределительной сети и повышения ее производительности напрямую связано с работой и профессиональными качествами работников;

- ✓ информация – при организации работы распределительной сети информация играет важную роль, процесс передачи информации от потребителя производителю является одним из ключевых в работе предприятия. Правильная организация приема и обработки информации в отделе продаж позволит улучшить работу всей товаропроводящей сети;

- ✓ процессы – улучшение и совершенствование работы напрямую зависит от организации различных процессов на определенной участке.

Программные продукты для управления информационными и материальными потоками предприятия в рамках концепции SCM предполагают оптимизацию работы по управлению заказами потребителей и обслуживанием потребителей [3].

Применение концепции SCM в распределении на предприятиях Беларуси, в частности на молочном предприятии, возможно посредством постепенного внедрения на таких предприятиях комплексных информационных систем, охватывающих все бизнес-процессы, касающиеся как распределения, так и производства и снабжения. Такими программными продуктами могут выступать концепции MRP1/MRP2.

Входом MRP системы являются заказы потребителей молочной продукции, подкрепленные прогнозами спроса на готовую продукцию со стороны розничных и оптовых предприятий, которые заложены в производственное расписание (графики выпуска готовой продукции).

Таким образом, как во всех логистических системах, в MRP ключевым фактором является потребительский спрос [1].

Список цитированных источников

1. Маркова, О.В. Основные направления логистизации предприятий молочной промышленности: дис. канд. экон. наук: 08.00.06. – Самара, 145 с. – РГБ ОД, 61:00-8/1741-Х.
2. Иванов, Д.А. Управление цепями поставок. – С-Пб: Издательство СПбГПУ, 2009. – 660 с.
3. Логистика и управление цепями поставок: монография / Т.Р. Терешкина, Л.Е. Баранова, Л.В. Войнова, Ю.А. Погорельцева, Н.Ю. Шейнер, А.Н. Клунко; СПбГТУРП. – СПб., 2011. – 155 с.