

51 300 тыс. долл. или 128,2 % к 2011 г. Получено положительное сальдо внешней торговли в сумме 26 904 тыс. долл.

Основными конкурентами предприятия являются производители аналогичной продукции Китая, Кореи, Италии, Индии, России, цена которых на продукцию в настоящее время ниже, чем у предприятия.

Для того чтобы факторы микросреды оказывали позитивное влияние на хозяйственную деятельность РУП «БЗТДиА», необходимо дальнейшее совершенствование товарной политики (расширение спектра навесного и прицепного оборудования к выпускаемой технике, увеличение объемов и номенклатуры выпускаемых дисковых колес), расширение дилерской сети и объемов продаж техники через «Промагролизинг» Республики Беларусь, совершенствование политики распределения (планируется выйти на 15 новых рынков сбыта, что позволит увеличить экспортные поставки на 14,5 %, или 58 739 тыс. долл.). Это позволит РУП «БЗТДиА» успешно реализовать стоящие перед предприятием задачи роста объемов производства, продаж продукции, увеличить экспортный потенциал предприятия, минимизировать затраты.

<http://edoc.bseu.by>

Е. С. Антанюк, В. В. Горелько

Научный руководитель – кандидат экономических наук
С. В. Шишло, БГТУ (Минск)

ИНТЕГРАЦИЯ ПОСТАВЩИКОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Сегодня существует две основные проблемы: для завершения логистического процесса в целом большинство фирм нуждается в содействии множества других деловых предприятий, высокая себестоимость выполнения отдельных логистических операций (функций) на промышленных предприятиях.

Одним из путей разрешения поставленных проблем является внедрение в цепочки поставок белорусских промышленных предприятий специализированных поставщиков логистических услуг, которые выполняют логистические операции (функции) от имени и в интересах своих клиентов (транспортные, складские, разгрузочно-погрузочные, экспедиторские и прочие организации). Получив заказ на определенную грузоперевозку, такая организация запускает процесс оптимизации осуществления данного заказа. Вот тут речь заходит об интеграции (объединении усилий, сотрудничестве) фирм-поставщиков логистических услуг. Таким образом, фирма-поставщик логистических услуг является своего рода посредником предприятия-заказчика в организации определенных этапов или всей логистической цепочки.

Создание такого посредника рассмотрим на примере ОАО «Керамин», который является одним из крупнейших производителей керамической плитки в СНГ. SWOT-анализ деятельности данного предприятия показал, что для выхода на новые рынки сбыта, в частности рынки стран Прибалтики, Северной Европы и Северной Америки, необходимо создание боль-

шого регионального распределительного центра, основными функциями которого будут организация логистических операций по погрузке морских транспортов, формированию необходимых партий отгрузки, таможенной отгрузкой экспорта и т. п.

Лучшим местом расположения распределительного центра является г. Санкт-Петербург. Такое местоположение распределительного центра позволит в будущем доставлять продукцию предприятия на совершенно новые рынки сбыта с рациональными логистическими затратами, особенно это положительно сказывается на транспортных расходах в связи с таможенным союзом. Также следует учитывать, что распределительный центр, находящийся в г. Санкт-Петербург, будет иметь возможность доставлять продукцию потребителям морским транспортом, через порты г. Мурманска, куда изначально будет доставляться продукция железнодорожным транспортом прямым из распределительного центра. Морским транспортом продукция сможет доставляться в Канаду, США, Исландию, что позволит расширить рынки сбыта.

Планируется передать право управления данным центром сторонней организации, которая помимо выполнения операций по организации материальных и информационных потоков будет также являться маркетинговым агентом на территории г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Это необходимо для того, чтобы занять четкую позицию на рынке г. Санкт-Петербурга и прилегающих к нему территорий.

Годовые затраты на реализацию данного проекта представлены в таблице 1.

Таблица 1

Годовые затраты на мероприятие

Наименование затрат	Сумма, млн бел. руб.
Аренда склада	1176
Электроэнергия	30
Плата за работу контрагента	1800
Транспортировка продукции от предприятия до склада (распределительного центра)	1182
Реклама	360,34
Итого	4548,34

Экономическая эффективность от реализации данного проекта в краткосрочном периоде составит около 16,9 %, что говорит о его целесообразности и отвечает стратегическим целям развития компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что внедрение поставщиков логистических услуг в цепочки поставок белорусских предприятий может положительно сказаться на эффективности их деятельности.