



Н. Ю. Вислобоков

Доцент кафедры экономики и информационных технологий
Витебского филиала «Международного университета
«МИТСО» кандидат физ.-мат. наук, доцент,
г. Витебск, Республика Беларусь

Трансформация логистических процессов малых производствен- ных предприятий в современных условиях

В исследовании, некоторые результаты которого отражены в данной статье, проводится анализ путей трансформации логистических процессов малых производственных предприятий в современных экономических условиях с целью повышения эффективности их функционирования, в качестве одних из наиболее перспективных направлений предлагаются расширение и диверсификация рынков сбыта, а также наращивание объёмов экспорта продукции в страны Закавказья и центральной Азии.

Ключевые слова: сбытовая логистика, трансформация логистических процессов, управление сбытом, рынки сбыта, экспорт.

Сегодня для малых производственных предприятий одним из важнейших элементов логистической системы, не менее важным, чем производственная составляющая, является сбытовая деятельность. Причём в отдельных отраслевых сегментах, а также промышленно-производственных секторах, эффективно организованная и реализуемая на практике система сбыта формирует порядка 70% успеха всей хозяйственной деятельности [1, с. 118]. Обусловлено это тем, что они вынуждены функционировать в высококонкурентной рыночной среде, где выживают только те предприятия, которые способны предложить потребителям продукцию наилучшим образом удовлетворяющую их потребности, а также обеспечивающие грамотное продвижение и сбыт [2, с. 44; 3, с. 80]. В связи с этим, повышение эффективности сбыта продукции на товарных рынках, как важнейшего элемента процесса товарооборота, стало необходимым условием эффективного функционирования любого производственного предприятия [1, с. 88]. В настоящее время, благодаря исследованиям современных специалистов,

сбыт продукции вышел на совершенно иной качественный уровень развития теоретического и методологического обоснования, а также научно-прикладных решений [4, с. 31]. Данные обстоятельства делают трансформацию логистических процессов, нацеленную на расширение рынков сбыта и наращивание объёмов экспорта, одним из наиболее актуальных и перспективных направлений повышения эффективности функционирования, фактически, любого современного производственного предприятия.

Соответственно в исследовании, некоторые результаты которого отражены в данной статье, проводился анализ путей повышения эффективности функционирования малых производственных предприятий в современных экономических условиях путём расширения и диверсификации рынков сбыта и наращивания объёмов экспорта продукции в страны Закавказья и центральной Азии.

В качестве примера малого производственного предприятия рассмотрим ООО «Витебское предприятие «Бриз»

(ООО «Бриз») и приведём некоторые результаты исследования эффективности логистических процессов данной организации. Данное предприятие уже более 20 лет является производителем железобетонных изделий и конструкций, на основе современных технологий производит изделия из железобетона (панели ограждений различных конфигураций, столбы ограждения, плитку тротуарную, декоративную и фасадную, блоки декоративного столба, вазы, цветочницы и т.п.) для благоустройства города и области. По результатам анализа сбытовой деятельности предприятия, если в 2023 г. было увеличение объёмов реализации продукции, то в 2024 г. уже наблюдалось некоторое снижение общего объёма реализации продукции по сравнению с предыдущим годом. При этом основным, наиболее эффективно реализуемым видом продукции в этот период была плитка фасадная и тротуарная, а наибольший прирост выручки от реализации продукции предприятия в этот период соответствовал ассортиментной группе «скульптуры».

При реализации продукции ООО «Витебское предприятие «БРИЗ» использует следующие каналы распределения: оптовые посредники; промышленные предприятия; оптово-розничные торговые предприятия. Из них, канал нулевого уровня, и одноуровневый канал распределения являются наиболее затратными (содержание фирменных магазинов, заработная плата

персонала магазинов, транспортные расходы по доставке небольших партий продукции в магазины города и др.). При доставке продукции крупным и средним оптовикам, транспортные издержки уменьшаются в зависимости от объема поставки и за счет оплаты транспортных расходов частью оптовиков (в практике предприятия около 5 % оптовиков оплачивают транспортные расходы).

По результатам проведённого анализа наиболее перспективным направлением повышения эффективности сбытовой деятельности является диверсификация географии каналов сбыта и открытие новых каналов товародвижения на экспортные рынки. По сути, новые рынки предоставляют новые возможности для реализации продукции предприятия, расширения производства, дальнейшего роста и развития компании. По этой причине для субъектов предпринимательской деятельности освоение новых рынков является в настоящее время одной из стратегических задач.

Для оценки потенциальных новых рынков сбыта можно проанализировать объёмы импорта, например, плитки тротуарной в страны Закавказья и центральной Азии такие, как Азербайджан, Армения, Кыргызстан, Казахстан, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан. Долю каждой из этих стран в мировом импорте плитки тротуарной лучше всего изобразить в виде круговой диаграммы (рисунок 1).

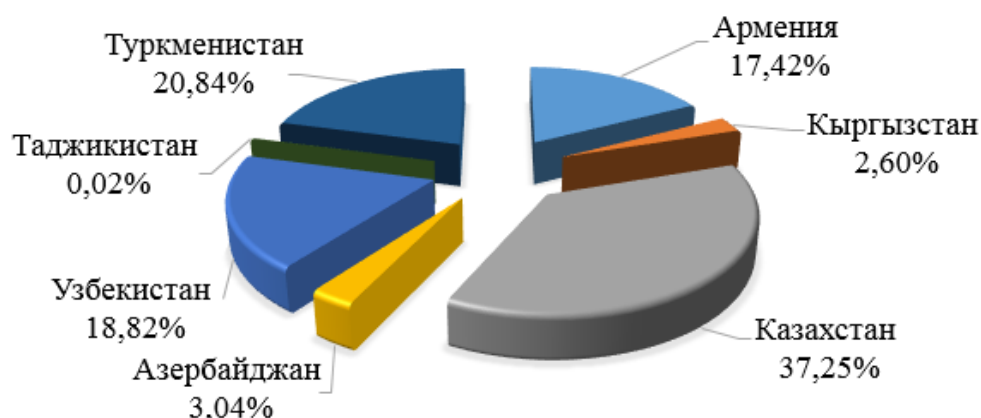


Рисунок 1 – Доля стран в импорте плитки тротуарной по данным 2024 г.

Далее проведём сравнительный анализ исследуемых стран по факторам привлекательности и риска (таблица 1). Для обеспечения сопоставимости показателей необходимо перейти от натуральных единиц изме-

рения к нормированным. После сравнительного анализа в качестве потенциальных новых рынков сбыта таких стран, как Азербайджан, Армения, Кыргызстан, Казахстан, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан;

можно отметить, что наиболее предпочтительным, с точки зрения сочетания факторов привлекательности и рисков, оказался рынок Армении, так как в данной стране мини-

мальные риски и достаточно высокая привлекательность рынка сбыта для производимой предприятием продукции.

Таблица 1 – Профили стран по факторам привлекательности и риска

Фактор	Армения	Кыргызстан	Казахстан	Азербайджан	Узбекистан	Таджикистан	Туркмени- стан
Привлекательность							
ВВП на душу населения, долл. США	4594	1224	10144	5167	1901	839	8843
Цена импорта за 1 т, долл. США	443	117	1126	1006	813	0	181
Объем импорта, т	2223	1252	1871	171	1309	0	6506
Годовой прирост в стоимостном выражении, %	590	222	-12	-54	60	0	2751
Риски							
Расстояние от г. Витебск до столицы, км	2003	3628	2759	2092	2913	3560	2811
Инфляция, %	1,2	6,3	6,7	2,8	9,8	8,0	12,5
Концентрация стран-поставщиков	0,50	0,70	0,40	0,46	0,73	1,00	0,56
Таможенные пошлины, %	8,00	7,00	7,20	14,4	34,3	8,6	1,4
Объем экспорта, т	231	35	3068	100	147	0	100

Относительно способа реализации продукции наиболее целесообразным представляется задействовать местного оптового посредника. Дело в том, что, располагаясь обычно в крупных населенных пунктах, оптовые компании хорошо знают потребности конечных покупателей, поэтому они самостоятельно или с помощью производителя товара способны организовать мощную маркетинговую поддержку розничной торговле.

Как показывает современный опыт, оптовые компании в большинстве случаев осуществляют сбытовые функции лучше производителя, поскольку имеют устоявшиеся связи с розничной торговлей, а также хорошую складскую и транспортную базу [5, с. 85]. Кроме того, сегодня оптовые компании предоставляют своим покупателям не только товары, но и широкий спектр сопут-

ствующих услуг: реклама в месте продажи, организация мероприятий по стимулированию продаж, доставка товара, предпродажная подготовка. Для интенсификации продвижения продукцию предприятия на новом направлении сбыта целесообразным представляется использовать также интернет-ресурсы, в частности такой инструмент интернет-маркетинга, как SMM-технологии. Сегодня по статистике Marketing Sherpa 95% людей от 18 до 34 лет удобнее всего следить за брендом и взаимодействовать с ним именно через соцсети. Данные о предполагаемых объемах продаж и ценах реализации продукции предприятия сведём в таблицу 2, а также в этой таблице приведём расчёты ожидаемой выручки от экспорта одного из видов производимой продукции.

Таблица 2 – Предполагаемый объем реализации плитки тротуарной в Армению в год

Вид продукции	Объем реализации продукции, ед.	Цена, руб.	Выручка от реализации, тыс. руб.
Плитка тротуарная «Кирпич» П21.11.6М-а, П20.10.6М-а серая	500	23,5	11,75
Плитка декоративная «Клевер краковский» попарно серый + красный, серый + серый	100	25,0	2,50
Плитка декоративная «Черепашка» (СТБ 1238-2000) серая, красная	600	17,0	10,20
Плитка декоративная «клевер» квадрат (СТБ 1238-2000) серая	400	17,0	6,80
Плитка декоративная «Калифорния» дерево (СТБ 1238-2000) серая	600	17,0	10,20
Плитка декоративная «Следы»	300	14,0	4,20
Итого			45,65

По результатам предварительных расчётов прирост выручки от реализации товаров при организации экспортных поставок плитки тротуарной в Армению в первый год составит, согласно данным таблицы 1, 45,65 тыс. руб.

Соответствующее изменение прибыли от реализации рассчитаем по формуле:

$$\Delta\Pi = \frac{\Delta B \times НП}{100 + НП}$$

где ΔB – изменение выручки от реализации продукции, руб.;

$НП$ – норма прибыли продукции, %.

$$\Delta\Pi = \frac{45,65 \times 30}{130} = 10,53 \text{ тыс. руб.}$$

Далее учтём изменение налога на прибыль:

$$\Delta H_{\pi} = \frac{10,53 \times 20}{100} = 2,11 \text{ руб.}$$

Теперь рассчитаем изменение прибыли после учёта налогов:

$$\Delta ЧП = 10,53 - 2,11 = 8,42 \text{ тыс. руб.}$$

В данном случае экономический эффект от реализации предлагаемого проекта будет соответствовать изменению прибыли организации после учёта налогов.

Таким образом, можно сказать, что в результате внедрения проекта по оптимизации логистических процессов малого производственного предприятия путём создания новых каналов сбыта и наращиванию объёмов экспорта в страны Закавказья и средней Азии благодаря развитию только одного направления диверсификации рынков сбыта, выручка от реализации продукции анализируемой организации увеличится на

45,65 тыс. руб. (соответствует 18%), что приведёт к увеличению прибыли от реализации на 10,53 тыс. руб. или 8,42 тыс. руб. после учёта налогов и соответствующему увеличению рентабельности организации, что позволит значительно усилить конкурентные позиции предприятия, а также повысить устойчивость и надёжность функционирования его экономико-логистической системы.

Библиографический список:

1. Азимов, Т.А. Каналы распределения, их уровни и тенденции развития / Т. А. Азимов, Л. Ю. Безнощук // Логистика. – № 10. – 2020. – с. 14 – 25.
2. Бекиш, Е.И. Внешние и внутренние рынки сбыта товаров и услуг организаций витебской области: состояние, проблемы и направления расширения на основе логистических технологий / Е.И. Бекиш, Н.Ю. Вислобоков и др. // Монография. Глава 6. – Витебск, 2021. – 192 с.
3. Вислобоков, Н.Ю. Исследование особенностей логистических процессов предприятий лесозаготовительной отрасли в современных условиях / Н.Ю. Вислобоков // На пути к гражданскому обществу. – Иваново, 2025. № 1(57). – С. 79-83.
4. Войткевич, Н. И. Каналы в распределительной логистике промышленного предприятия / Н. И. Войткевич // Логистика. – № 2. – 2020. – с. 27 – 36.
5. Пузанова, И. А. Интегрированное планирование цепей поставок / И. А. Пузанова, Б. А. Аникин; под редакцией Б. А. Аникина. – Москва: Юрайт, 2022. – 319 с.

©Вислобоков, Н. Ю., 2025