

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА ОАО «ГОМЕЛЬСТЕКЛО» НА РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ю. А. Старотиторова

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель А. Ю. Бердин

Деятельность производителя любых товаров обречена на неудачу, если должным образом не организован высококачественный сервис – это неперемное условие рыночного успеха товара. Из года в год важность сервиса непрерывно возрастает, что объясняется многими причинами, в частности, развитием концепции всеобщего управления качеством в индустрии сервиса, нацеленностью в своей деятельности многих предприятий на конечного потребителя и др.

В условиях «рынка потребителя» продавец вынужден строить свою деятельность, исходя из потребительского спроса. При этом спрос не ограничивается спросом на товар. Покупатель диктует свои условия также и в области состава и качества услуг, оказываемых ему в процессе поставки этого товара. Однако главный принцип современного сервиса состоит в следующем: «Кто производит, тот и обслуживает». Иными словами, кто производит изделие, тот организует и ведет его сервис.

На конкурентном рынке сервис является подсистемой маркетинговой деятельности предприятия, обеспечивающей комплекс услуг, связанных со сбытом и эксплуатацией потребителем товаров. Правильно ориентированный сервис, сопровождающий изделие на всем протяжении его жизненного цикла у потребителя, обеспечивает постоянную его готовность к нормальному потреблению и работоспособность. Все это объясняет важность работы по организации сервиса.

В последнее время для привлечения и удержания клиентов многие предприятия-производители организовали доставку своей продукции потребителям собственным автотранспортом. Удобная и достаточно развитая сеть автодорог позволяет осуществлять автоперевозки в любом направлении. Автоперевозки отличаются целым рядом преимуществ. Во-первых, это возможность доставки груза в любое время и место, удобное для заказчика. Во-вторых, подобные грузоперевозки позволяют транспортировать товар прямо к месту назначения. В-третьих, они осуществляются по наиболее выгодному для заказчика маршруту.

Таким образом, в связи с возрастанием роли автоперевозок и сервисного обслуживания Брянскому торговому дому ОАО «Гомельстекло» предлагается оказывать услугу потребителям по доставке стекла собственным автотранспортом.

Приблизительно два года назад предприятия-потребители при заказе (покупке) стекла пользовались услугами специальных транспортных компаний. На сегодняшний момент ситуация существенно изменилась. Теперь большинство этих предприятий прибегают к услугам по доставке стекла непосредственно предприятием-изготовителем.

Такое значительное изменение связано с тем, что при заказе услуги по доставке стекла в специальных транспортных компаниях, во-первых, происходили сбои поставок стекла по вине транспортных компаний, во-вторых, не все транспортные компании умеют правильно работать со стеклом, и с каждым разом учащались случаи боя стекла из-за неправильного обращения, погрузки и транспортировки. Поэтому большинство производителей решило отказаться от услуг транспортных компаний и перейти к использованию услуги по доставке стекла собственным транспортом непосредственно предприятиями-производителями.

Брянскому торговому дому для нормального обеспечения доставки стекла потребителям необходимо приобрести грузовые автомобили грузоподъемностью 20 т. Приобретать такие автомобили потребителям, для того чтобы им самим забирать стекло, невыгодно, так как в этом случае машина будет простаивать и необходимость в нем будет появляться только тогда, когда будет необходим новый объем стекла. То есть покупка данного автомобиля, именно потребителями стекла для обеспечения собственной доставки, экономически не выгодна.

В связи с вышеизложенным услуга по доставке стекла собственным транспортом, которая предлагается Брянскому торговому дому ОАО «Гомельстекло», будет пользоваться спросом у потребителей. Конечно, с повышением уровня сервиса затраты на сервис, естественно, возрастают. Однако снижение уровня обслуживания ведет к увеличению потерь, вызванных отказом потребителей (клиентов) обращаться к предприятию из-за ухудшения качества сервиса. Главная цель – не зарабатывать на клиентах, а удерживать их.

Также следует отметить тот факт, что многие потребители Брянского торгового дома хотели бы, чтобы стекло доставлялось железнодорожным транспортом, так как это намного дешевле. Однако пока такую услугу торговый дом предоставить не может. Во-первых, к торговому дому не подведены железнодорожные пути, во-вторых, у него нет специальных кранов для погрузки и т. д. Поэтому первоначально доставка будет 100 % осуществляться автомобильным транспортом.

Брянскому торговому дому необходимо приобрести два автомобиля грузоподъемностью 20 т. Вместимость одного такого автомобиля составляет 2 022,3 м² стекла, т. е. 7 пачек стекла по 15 листов. Также необходима обязательная регистрация в органах ГИБДД. Таким образом, необходимо найти сумму единовременных затрат, в которую будут входить цена двух автомобилей и их регистрация. Величина единовременных затрат составляет 8 494 962 рос. р.

Далее был проведен расчет текущих затрат, связанных с приобретением двух автомобилей. Эти затраты состоят из затрат на страховку, технического обслуживания, запчастей, а также заработной платы водителей и затрат на топливо в годовом исчислении. Было установлено, что текущие затраты составляют 5 094 774 рос. р.

Среднее расстояние до районов транспортировки составляет 200 км. Для обеспечения бесперебойных поставок планируется нанять четырех водителей. Таким образом, ОАО «Гомельстекло» может организовать четырехрейсовую доставку стекла в день. Расчет показал, что два автомобиля будут совершать 1 008 рейсов в год.

За один рейс автомобиль перевозит 2 022,3 м² стекла, а за четыре рейса – 8 089,2 м². Таким образом, количество стекла, доставляемое потребителям собственным транспортом, составляет 2 038 478 м²/год.

Доставка стекла Брянского торгового дома собственным транспортом будет стоить 32 рос. р./км, а аренда автомобиля у транспортных компаний составляет 46 рос. р./км. Следовательно, у торгового дома существует еще одно преимущество.

При организации доставки стекла потребителям на нужное расстояние в цену закладывается и стоимость обратного пути автомобиля. Следовательно, цена доставки на 200 км будет составлять 12 800 рос. р.

В результате вычислений было установлено, что выручка торгового дома от обеспечения доставки стекла клиентам собственным транспортом составляет 12 902 400 р. Российской Федерации в год, а потенциальный экономический эффект предложенного мероприятия составляет 6 533 382 рос. р., и поэтому реализация данного предложения будет выгодна Брянскому торговому дому ОАО «Гомельстекло».

Курс российского рубля на 19.02.2014 г. составляет 275 бел. р. Значит потенциальный экономический эффект в белорусских рублях будет составлять 183 912 958 бел. р.

В заключение хотелось бы сказать, что реализация данного предложения позволит торговому дому, а также непосредственно ОАО «Гомельстекло» обеспечить себе конкурентное преимущество, удержать собственных клиентов, а главное – привлечь новых.

Л и т е р а т у р а

1. Глубокий, С. Товаропроводящая сеть предприятия. Эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту : учебник / С. Глубокий. – Минск : Изд-во Гревцова, 2008. – 350 с.
2. Городко, М. В. Товаропроводящая сеть – основа создания логистической системы / М. В. Городко // Проблемы управления. – 2011. – № 4. – С. 108–111.
3. Овечкина, О. Теоретические аспекты развития ТПС / О. Овечкина // Товаропроводящая сеть Респ. Беларусь. – 2009. – № 1. – С. 22–26.
4. Перевозки грузов собственным автомобильным транспортом / Транспортная компания AsstrA. – Режим доступа: <http://www.asstra.by/ru/asstra-transport-ag/>.