

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

В. С. Гребенькова

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

Научный руководитель Е. В. Трейтъякова

Для каждого предприятия важно правильно организовать свою сбытовую сеть: товар должен быть поставлен в нужное время и в нужном количестве и с минимальными издержками. Поэтому любое предприятие стремится усовершенствовать существующую сеть товародвижения, используя новые формы и методы, с помощью различных посреднических организаций [1, с. 17].

Наибольшего интереса в качестве базы исследования на современном этапе развития мировой экономики заслуживают логистические модели стран – лидеров рейтинга LPI [3, с. 14]. Индекс LPI (Logistics Performance Index) является на сегодняшний день наиболее объективным показателем, определяющим уровень развития транспортно-логистического комплекса страны на основе оценки развития национальной таможни, инфраструктуры, системы международных перевозок, системы нормативно-правового регулирования логистической деятельности, транспортировки, бесперебойности и своевременности оказания логистических услуг. Максимально возможная оценка по каждому из указанных элементов составляет 5 баллов. Средняя оценка по комплексу параметров в последующем ранжируется между странами, и рейтинг публикуется на официальном сайте Всемирного Банка (табл. 1).

Таблица 1

Рейтинг LPI

Страна	Рейтинг LPI
Германия	4,12
Нидерланды	4,05
Великобритания	4,01
Сингапур	4,00
Швеция	3,96
Норвегия	3,96
Люксембург	3,95

Окончание табл. 1

Страна	Рейтинг LPI
США	3,92
Япония	3,91
Россия	2,69

Мировым лидером по оценке общего уровня развития логистики является Германия, со значением индекса 4,12 баллов. Второе место в рейтинге LPI занимают Нидерланды, со значением индекса 4,05 баллов. На третьем месте – Бельгия, ее LPI составляет 4,04 балла. Далее следуют Великобритания (4,01), Сингапур (4,00), Швеция (3,96), Норвегия (3,96).

Посредники являются связующим звеном между производителями и потребителями товаров. Ситуация на рынке требует серьезного подхода к выбору посреднических фирм. Посредники должны обладать необходимыми навыками, хорошо подготовленным персоналом, современной материально-технической базой, финансовыми возможностями и др. Согласно статистическим данным, через посреднические фирмы осуществляется более 50 % объема международной торговли. Удельный вес торговли через посредников в разных странах представлен в табл. 2.

Таблица 2

Удельный вес торговли через посредников в разных странах

Страна	Торгово-посреднические дома	Доля посредников
1	2	3
Япония	8000	67,9/66,4
Великобритания	800	41,5
США	200	23,0

Исходя из приведенных данных можно сказать, что наибольшее распространение торговля через посредников приобрела в Японии, где существует около 8 тыс. торгово-посреднических компаний, на долю которых приходится 67,9 % импортных и 66,4 % экспортных операций в стране. В Великобритании и США количество торговых домов гораздо меньше, поэтому и процент доли посредников не превышает 50 %.

В последнее время наблюдается тенденция к относительному ослаблению роли посреднического звена в движении товара от производителя к потребителю. Это объясняется несколькими причинами.

Во-первых, усилилась монополизация экономики, и крупнейшие корпорации, особенно транснациональные (ТНК), стремятся сосредоточить в своих руках все стадии продвижения товара и, следовательно, получить всю прибыль, в том числе и торговую (для этого ТНК создают собственные торговые сети). Во-вторых, изменяется характер международного разделения труда, на базе которого развивается международная торговля. Растет удельный вес торговли машинами и оборудованием, идет развитие международной промышленной кооперации и специализации. Эти факторы требуют усиления прямых связей между производителем и потребителем. И все же роль посредничества в распределении товарной продукции остается достаточно высокой.

Сбытовая деятельность имеет свои особенности в каждой стране. В области сбыта для Италии характерно использование различных каналов сбыта с участием специализированных служб и агентов по сбыту. Для организации товародвижения промышленного оборудования, сырьевых товаров и полуфабрикатов фирмам других стран рекомендуется пользоваться услугами брокеров, оптовых торговцев и независимых агентов. Помимо прогрессивных способов сбыта в Италии существуют и определенные сложившиеся традиции в данной сфере деятельности. Так, наиболее выгодной формой сбыта продукции для зарубежного поставщика в Италии является заключение соглашения со сбытовой итальянской фирмой, предусматривающего сбыт товаров от имени последней. В этом случае итальянская сторона принимает на себя определенные обязательства по продаже, выражающиеся в частном распределении риска между компанией-экспортером и сбытовой фирмой. Выгодность такой торговли состоит в значительном сокращении разнообразных налогов и финансовых сборов.

На сегодняшний день в Германии достаточно широкое распространение получает способ товародвижения, ориентированный на индивидуальных потребителей. Изначально массовый сбыт в Германии под влиянием дифференцированного спроса уступил место сегментированному сбыту. Данный способ является более рациональным, так как разделяет группы потребителей по определенным признакам, предусматривает их предпочтения.

Стремительное развитие логистической деятельности в США и Германии пришлось на 1950–1960 гг. Уже в 1970-х гг. на рынках транспортных услуг этих стран стали появляться специализированные почтовые компании. В этот же период в России была разработана логистическая технология, которая в значительной степени повлияла на дальнейшее развитие логистики в странах Европы. В 1980-х гг. начинали свою деятельность компании, предоставляющие логистические услуги в США, что значительно повлияло на экономическое развитие и логистические процессы страны.

Немаловажное влияние на формирование товародвижения в разных странах оказал финансово-экономический кризис 2009–2010 гг. Например, достаточно устойчивые рынки в США и Германии смогли быстро справиться с последствиями кризиса и восстановить прежний уровень организации товародвижения. Рынки Украины и России находятся на этапе стабилизации [4, с. 9].

Стремительно развивающийся современный мир требует новых форм управления сбытом. Можно сказать, что Интернет – один из новейших каналов распределения. Интернет имеет свои особенности. В первую очередь мировая сеть приводит к дезинтермедиации, т. е. сокращению или полному отсутствию посредников, что позволяет продавцам и покупателям напрямую вступать в контакт. Но данный рынок сбыта предполагает появление новых видов посредников (рис. 1). [2, с. 112].



Рис. 1. Посредники электронного рынка

Информационные посредники (infomediaries) – организации, которые занимаются сбором, обобщением, систематизацией и распространением информации в Интернете. Мета-посредники (metamediaries) – агенты, которые представляют интересы заинтересованных производителей и продавцов. Поисковые агенты – организации, представляющие как продавца, так и покупателя, занимаются поиском необходимой информации на просторах Сети.

Следовательно, сеть Интернет – новая прогрессивная форма организации товародвижения, благодаря которой можно существенно повысить уровень организации сбытовой сети и уровень конкурентоспособности предприятия в целом.

Исходя из проведенного анализа, можно сказать, что сбытовая деятельность имеет ряд особенностей в каждой стране. В последние годы в странах с рыночной экономикой развитие логистики характеризуется передачей функций контроля над распределением готовой продукции от производственных фирм к специализированным фирмам, т. е. внешним агентам. Становление логистики сбыта происходит неодинаково, но все предприятия стремятся улучшить уровень организации товародвижения различными способами и методами.

Л и т е р а т у р а

1. Алексеенко, Н. А. Экономика предприятия : учеб. пособие для студентов экон. специальностей высш. учеб. заведений / Н. А. Алексеенко, И. Н. Гурова // под общ. ред. Н. А. Алексеенко. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2015. – 168 с.
2. Багиев, Г. Л. Маркетинг в Интернете : учебник / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – М. : Экономика, 2014. – 287.
3. Гришаева, О. Ю. Логистическая координация материальных потоков в условиях промышленно-торговой интеграции / О. Ю. Гришаева, В. А. Шумаев // Вестн. Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. – 2014. – № 2. – С. 14–22.
4. Кашенко, С. А. Маркетинговые резервы совершенствования процессов реализации продукции машиностроительного предприятия : автореф. дис. ... канд. экон. наук / С. А. Кашенко. – Волгоград, 2012. – 20 с.