

Економічні науки

УДК 338.1

Ольмезова Ірина Костянтинівна

студентка

*Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Ольмезова Ирина Константиновна

студентка

*Национального технического университета Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

Olmezova Iryna

Student of the

*National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"*

Дергачова Вікторія Вікторівна

доктор економічних наук, професор,

завідувачка кафедри менеджменту

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Дергачова Виктория Викторовна

доктор экономических наук, профессор,

заведующая кафедры менеджмента

*Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

Derhachova Viktoriia

D. Sc. (Economics), Professor,

Head of the Department of Management

National Technical University of Ukraine

"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

СПЕЦИФІКА СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОЇ ДИСТРИБУЦІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Анотація. Дослідження змін в організації збутової діяльності та опис специфіки системи міжнародної дистрибуції в умовах кризи 2020-2021 рр., викликаною пандемією.

Ключові слова: міжнародна дистрибуція, збутова діяльність, логістичні системи, кризове становище, напрями оптимізації.

Аннотация. Исследование изменений в организации сбытовой деятельности и описание специфики системы международной дистрибуции в условиях кризиса 2020-2021 гг., вызванного пандемией.

Ключевые слова: международная дистрибуция, сбытовая деятельность, логистические системы, кризисное состояние, направления оптимизации.

Summary. A study of changes in the organization of sales activities and a description of the specifics of the international distribution system in the crisis of 2020-2021 caused by the pandemic.

Key words: international distribution, sales activity, logistics systems, crisis state, directions of optimization.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день, під час глобальної пандемії, пов'язаної з COVID-19, зменшуються обсяги світової торгівлі, впроваджуються торговельні обмеження та змінюються торговельні політики країн. Саме тому доцільно визначити вплив пандемії на світову торгівлю та систему міжнародної дистрибуції.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідження з тематики організації процесів дистрибуції відображено в працях Г.Дж. Болта, Г. Армстронга, Ф. Котлера, О.А. Новикова, В.В. Щербакова, В.А.

Строкова, Д. Ланкастера, Д. Джоббера, А. Тяпухіна, Ж.-К. Тарондо і Д. Ксарделя та ін. Результати змін економічної, логістичної та маркетингової діяльності були описані в багатьох міжнародних друкованих та онлайн-виданнях, таких як: новинний ресурс Німеччини «Konrad-Adenauer-Stiftung», новинний ресурс України Mind.ua та The-Village.

Мета статті полягає в дослідженні економічної ситуації в діяльності кожного представника системи міжнародної дистрибуції.

Виклад основного матеріалу. Економічний шок пандемії COVID-19 неминуче викликає порівняння зі світовою фінансовою кризою 2008-2009 років. Ці кризи схожі в певних аспектах, але дуже різні в інших. Як і в 2008-2009 роках, уряди втрутились у грошовокредитну та фіскальну політику для протидії спаду та надання тимчасової підтримки доходів бізнесу та домогосподарствам. Але обмеження руху та соціальне дистанціювання, означають, що пропозиція робочої сили, транспорт та подорожі зазнають безпосереднього впливу. Були закриті цілі сектори національних економік, включаючи готелі, ресторани, роздрібну торгівлю, туризм та значні частки виробництва [1].

Важливими двома аспектами, що відрізняють поточну ситуацію від фінансової кризи 2008-2009 рр., є роль ланцюжків створення вартості та торгівля послугами. Порушення ланцюга вартості вже створило проблеми, коли негативний вплив коронавірусу здебільшого обмежувався Китаєм. Він залишається важливим фактором зараз, коли хвороба набула більшого поширення. Торгівля, швидше за все, знизиться в галузях, що характеризуються складними зв'язками ланцюга вартості, особливо в сфері виробництва електронних приладів та автомобілебудівній промисловості [2].

Криза тотально вдарила по економіці кожної галузі, і головний удар на себе прийняла саме система дистрибуції. Система – це множина елементів, які зв'язані одне з одним, утворюючи одну цілісність. Якщо під вплив

негативних факторів потрапляє один елемент, то це неодмінно позначається на наступному.

Однією із основних функцій системи дистрибуції є логістична. Із закриттям роздрібних підприємств і порушенням роботи ланцюгів поставок правила просування товарів і управління запасами докорінно змінилися. Поширення коронавірусу завдало серйозного удару по світовій логістиці та забезпечення ланцюжка поставок сировини і готової продукції. Криза викликала дисбаланс вантажопотоків, пов'язаний зі змінами попиту, припиненням виробництв і введених обмежень. У зв'язку з цим фактором уряди держав і міжнародні організації мали на меті привласнити найвищий пріоритет підтримці безперервності і міцності ланцюжків поставок.

Серед основних світових логістичних тенденції на фоні кризового становища можна виділити:

1. Зниження вантажопотоку на регіональному та світовому рівні: через закриття кордонів, масове закриття торговельних місць, зростання курсу долара, введення карантину за умов ізоляції людей, зниження попиту та купівельною спроможності та стан невизначеності призвели до змін в системі збуту товарів; зростання захворюваності призвело до відсутності робочої сили на виробництві, що призвело до закриття фабрик та затримку у виконанні замовлень.
2. Відсутність зрозумілого алгоритму дій в умовах пандемії для представників логістичного ринку.

Як приклад, для розгляду поточної ситуації в логістиці оцінимо сучасний стан Китаю, який для світової економіки вважається серцем міжнародної торгівлі, і який першим зумів впоратися з пандемією коронавірусу.

У Китаї через наслідки спалаху епідемії постраждали всі види перевезень: авіаційні, автомобільні, морські, залізничні. Традиційні

мультимодальні схеми логістики були зруйновані. Логістичним компаніям довелося екстрено шукати альтернативу альтернативні рішення постраждалим системам: наприклад, замінювати автомобільні перевезення всередині провінцій залізничними.

В умовах епідемії залізничний транспорт став основним інструментом в перевезеннях. Саме поїздами переміщалася значна частина протиепідемічних та медичних вантажів Китаю. Залізничні групи багатьох китайських провінцій працювали в цілодобовому режимі і допомогли заводам, фабрикам, будівельним і торговельним компаніям своєчасно повернутися до роботи.

Вдавалося вирішувати і проблеми на морських лініях незважаючи на те, що морська логістика менш еластична і вимагає більше часу на відновлення нормального ритму. Але і тут оператори намагалися гнучко реагувати на ситуацію, розгортаючи екстрені фідерні сервіси. Ефективно працювали в нелегких умовах і окремі автомобільні компанії.

Ефективно працюють в умовах епідемії та митні служби китайських провінцій, які істотно скоротили час оформлення пріоритетних вантажів, відкрили «зелені коридори» для протиепідемічних та медичних вантажів, а також для сировини і запчастин, необхідних для відновлення виробництва. Багато митниці перейшли на режим «спочатку випуск - потім закінчення митних процедур». Це також допомогло відновити роботу підприємств і нормалізувати зовнішню торгівлю.

В цілому, вантажоперевезення здійснюються, хоча ланцюжок поставок між Китаєм і Європою досі порушена.

В умовах запровадження карантинних заходів сфера логістичних перевезень працює в умовах необхідності дотримання вимог щодо протиепідемічної безпеки: водіїв фур та персонал вантажних потягів і суден, які перетинають кордон, перевіряють на стан здоров'я.

Закриття підприємств в Україні та Європі через коронавірус вплинуло на обсяги міжнародних автомобільних перевезень. Ще в березні відчувався попит на транспорт, однак вже у квітні він почав падати. Наразі спад в автомобільній галузі становить близько 20%, хоча в останній час спостерігається ситуація поступового відновлення роботи [78].

Помітні зміни і в роботі клієнтів з постачальниками. В першу чергу ці зміни пов'язані з істотним зменшенням в виробничих можливостях в Китаї в минулих місяцях. Що очікувано призвело до виникнення дефіцитів і затримок у виробництві замовлень, оскільки на Китай припадає близько 60% виробництва.

Є позитивний приклад країн Азії, де пік епідемії пройдено і вантажопотік з країн в Європу починає відновлюватися. Нині, в Китаї вплив COVID-19 вже пішло на спад, велика частина виробничих потужностей відновлена або вже близька до відновлення, і це дає надію, що значний дефіцит продукції в цілому вдасться уникнути.

Щодо українського ринку варто відзначити, що карантинні заходи, переклад офісних співробітників на віддалену роботу і нестабільна ситуація з обмінним курсом, зберегли, а в деяких товарних групах істотно підвищили попит.

З введенням карантину і закриттям торгових точок, всім ритейлерам доводиться в терміновому порядку міняти бізнес-процеси для більш активної роботи в онлайн і одночасно налаштовувати віддалену роботу співробітників офісів.

Основним наслідком карантину став економічна криза, а, значить, скорочення купівельної спроможності і зміна споживчої поведінки. Загалом відбулось порушення традиційної сезонності продажів, змінюються тенденції внаслідок падіння доходів споживача. Існуючі межі між традиційним та онлайн-ритейлом зникають. Прискореного розвитку

дістають цифрові послуги: електронна комерція, платіжні системи та послуги замовлення та доставки.

Серед інших наслідків змін в економіці можна виділити:

- збільшення об'єму закупок товарів про запас споживачами і зменшення рівня запасів на складах;
- поява нових ринків та екосистем (особливо помітно на фоні розвитку цифровізації);
- поява потреби в розгляді нових векторів стратегії залучення клієнтів;
- переорієнтування у просування товарів;
- перерозподіл персоналу;
- адаптування до нового циклу попиту та зміна балансу асортименту;
- стабілізація операційної діяльності виробниками в умовах зміни попиту.

Інші найістотніші проблеми, які постають перед організаторами та учасниками систем дистрибуції продукції вітчизняних та зарубіжних товаровиробників в період пандемії, пов'язані з:

- складністю управління дилерською мережею, стимулюванням продажів і виконанням дилерських планів;
- недостатнім рівнем лояльності торгових мереж і мережевих клієнтів до організовуваних товаровиробниками систем дистрибуції;
- зростанням витрат на провадження бізнесу через неоптимальність процесів операційної і розподільної логістики, управління товарними запасами, дебіторською і кредиторською заборгованостями, на створення мережі регіональних філіалів, представництв, команд торгових агентів;
- недостатньо високим рівнем управління виділеними підрозділами дистриб'юторів, неналежним контролем їхніх грошових і товарних потоків, неспроможністю окремих керівників підприємств-

дистриб'юторів (і дилерів) звести до мінімуму втрати від зловживань, халатності та розкрадань персоналу;

– небажанням або неспроможністю (з різних – об'єктивних чи суб'єктивних причин) впровадити процесне управління на підприємствах-учасниках дистрибутивних каналів, забезпечити єдиний стандарт здійснення бізнес-операцій і документообігу у всіх підрозділах, впровадити СКМ-стратегію для підвищення лояльності клієнтів, підвищити точність і швидкість формування замовлень, створити на основі застосування системи електронного документообігу єдиний інформаційний простір, щоб з мінімальними витратами на розгортання і підтримку клієнтів організувати ланцюжки поставок;

– необґрунтовано високими витратами на дистрибуцію, занадто високими транзакційними витратами через неналежну організацію роботи складів і служб доставки.

Накопичення запасів на складах дає змогу уникати сезонних дефіцитів і робить товар доступним кінцевому споживачу у будь-який час року; підтримка заданого асортименту забезпечує клієнту ширшу можливість вибору, насамперед – в пунктах роздрібного продажу. Це зумовлює необхідність підвищення уваги персоналу всіх учасників системи дистрибуції до стимулювання збуту в пунктах продажів, дотримання стандартів обслуговування, проведення спеціальних акцій, а також – до застосування мерчандайзингу. Практика підтверджує можливість нарощування обсягів реалізації товарів, щодо яких дистриб'ютори забезпечували активне здійснення заходів з мерчандайзингу, до 30 % [2].

В умовах кризи основними напрямками оптимізації і підвищення операційної ефективності всіх учасників системи дистрибуції продукції мають бути:

- оптимізація продуктових лінійок, клієнтів і каналів збуту;

- оптимізація процедур закупівлі ресурсів, сировини і матеріалів для виробництва готової продукції та закупівлі товарів для їх подальшої дистрибуції;
- оптимізація організаційної структури і чисельності персоналу підприємств-дистриб'юторів;
- підвищення ефективності процесів на всьому ланцюжку дистрибуції та ліквідація втрат;
- оптимізація витрат і строгий фінансовий контроль.

Висновок. У 2020 році, наслідки всесвітньої пандемії не змогли не відобразитися на результатах діяльності підприємств та розвитку міжнародної торгівлі. Закриття кордонів, затримка замовлень, високий рівень захворюваності людей та скорочення кадрового потенціалу у сукупності призвели до кризового становища. Дистрибуція - це система, кожна ланка якої зв'язана одна з одною, і пошкодження однієї ланки веде до збою всіх інших. З введенням карантину і закриттям торгових точок, всім ретейлерам довелося в терміновому порядку міняти бізнес-процеси для більш активної роботи в онлайн. Дистриб'юторам у свою чергу, потрібно було направити основні ресурси на задоволення потреб тих клієнтів, споживачі яких є найбільш активними в кризовий період.

Література

1. Голубин Е. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта / Е. Голубин. М.: Вершина, 2006. 136 с.
2. Тарондо Ж.-К., Ксардель Д. Дистрибуция. СПб.: Нева, 2003. 128 с.