

**Борисов Александр Александрович**

студент

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

г. Москва

## **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ**

***Аннотация:** в работе затрагивается тема конкурентоспособности национальных предприятий, взаимодействие и влияние логистики, внедрение коммерческой логистики. В данной работе предпринята попытка раскрыть основные тенденции для мирового рынка логистических услуг.*

***Ключевые слова:** внешнеэкономические операции, логистика, логистический консалтинг, логистические услуги.*

Главным условием проведения внешнеэкономической операции является ее эффективность. Выгодным проведение внешнеэкономической операции может оказаться лишь при условии очень тщательной проработки операции высококвалифицированными специалистами компании, а при необходимости и специализированной консалтинговой фирмы, используя логистический консалтинг [1]. Положительное решение на проведение конкретной внешнеэкономической операции может быть принято при условии, что она в достаточной степени, во-первых, эффективна, а во-вторых, безопасна [2; 3].

Руководителям и специалистам компаний, осуществляющих экспортно-импортные операции, нелишне знать, что чаще всего проблемы возникают внезапно и вопреки ожиданиям с теми внешнеэкономическими операциями, которые проводились без тщательной оценки их эффективности, использования современных концепций управления [4; 5]. Как показывает практика, предприятия нередко несут значительные убытки из-за недостаточного технико-экономического обоснования эффективности, отсутствия в нем оценок объективно существующих угроз, рисков, не оптимальности схем проведения операций, не использования современных инноваций в логистике [6].

Логистические системы являются жизненно важным компонентом повышения эффективности внешнеэкономических операций. Концепция логистической системы внешнеэкономической операции связана с проблемами обеспечения материальных ресурсов, поставок товаров, а основная логистическая функция предусматривает оптимизацию затрат и повышение эффективности внешнеэкономической операции. Что, в свою очередь, неразрывно связано с задачами прогнозирования, оценки рисков и угроз внешнеэкономической деятельности на основе спроса, оптимизации поставок и запасов, с проблемами информационного обеспечения, сбыта, а также тщательной проработки вопросов таможенного оформления с учетом пошлин, налогов и т. д. Важным достоинством создания логистических цепей является сознательное использование механизмов перераспределения риска [7].

Логистика и маркетинг взаимодействуют в области сбыта продукции, логистика отвечает за распределение реализуемой продукции, а маркетинг занимается методами реализации продукции. Концепция маркетинга – «цена – продукт – продвижение – место». Логистический менеджмент имеет прямое отношение к ценовой категории бизнеса, потому что влияет на уровень производственных издержек (минимизирует их) и влияет на цену продукции. Маркетинговая категория «продукт» непосредственно исследуется логистикой как продуктовые характеристики и особенности продукции, ассортимент. Ассортимент, определяемый маркетинговыми методами, влияет на структуру логистических цепей, количество посредников, выбор основного канала товарного продвижения, организацию грузоперевозок, складские операции и т. д. Логистика играет интегрирующую роль между многими сферами производства и составляет из них единую логистическую систему, которая рассматривает взаимоотношения между поставщиками, производителями и потребителями как единое целое во всех стадиях производства и реализации.

Логистика влияет почти на каждый аспект счета прибылей и убытков фирм. Поэтому соответствующие изменения в логистической стратегии воздействуют на финансовые результаты деятельности фирм. Рассмотрение логистики

в качестве фактора повышения конкурентоспособности предполагает, что последствия принимаемых решений в данной области должны поддаваться измерению в плане их воздействия на функциональные затраты и на доходы от продажи товаров. Хозяйственная практика свидетельствует о том, что определить количественные показатели влияния логистики на повышение конкурентоспособности фирм весьма сложно. Иногда это удаётся сделать лишь при соблюдении следующих условий:

- наличие хорошо отлаженного функционирования учётно-информационной системы, использующей достижения современных информационных технологий и программного обеспечения [8 – 10];
- проведение комплексного анализа доходов и расходов всех структурных подразделений фирмы и всех участков логистической цепи, основанного на единой методологии исчисления издержек и определения себестоимости [11];
- создание условий определения доли прибыли от логистической деятельности в общей прибыли фирм.

Компании стремятся повысить производительность логистической деятельности в целях сокращения издержек и повышения конкурентоспособности. Прибегают к рационализации логистической деятельности, но уровень логистической услуги сохраняется прежним. Через определённое время, получив прибыль от рационализации логистической деятельности, руководство компании осознаёт, что подобную рационализацию становится осуществлять сложнее и компания ищет другие пути.

Поиск предприятиями торговой отрасли направлений развития, обеспечивающих им существенные преимущества перед конкурентами и формирующих высокий уровень конкурентоспособности, является весьма важным аспектом эффективного развития этих предприятий. Одним из таких направлений является внедрение коммерческой логистики в деятельности торговых предприятий как инструмента повышения эффективности функционирования и обеспечения стабильности и экономического роста. Процедура логистического контроллинга похожа на контроль параметров в технических системах и процессах. Сам процесс

контроллинга заключается в постоянном или периодическом сравнении заданных характеристик и параметров с текущими значениями этих параметров [12].

Следует отметить, что трудности вызывает измерение многих показателей и характеристик количественно, тогда как критерии принятия решений относительно организации и управления являются преимущественно качественными. Фокус процедуры контроля должен быть направлен на процесс или логистическую функцию. Входящими для процесса управления логистикой являются проекты, планы, нормативы и стандарты, которые в совокупности составляют некоторую надстройку логистической системы. Создав такую надстройку, логистический менеджмент в настоящее время сталкивается с влиянием внешней среды (изменение цен, тарифов, налогов, уровня инфляции, процентных ставок, законодательства, экономических санкций, действий конкурентов) и изменениями в параметрах внутреннего состояния логистической системы. Эти изменения вызывают отклонения параметров логистической системы, которые определяются в результате сравнения в блоке мониторинга. По результатам мониторинга осуществляют коррективы на входе логистической системы с целью обеспечения эффективности на выходе.

Подводя итог, следует подчеркнуть, что общие подходы к оценке эффективности коммерческой логистики базируются на том, что коммерческая логистика соотносит отдачу (объем реализации товаров) и задействованные ресурсы (затраты). Отдача и затраты находятся в определенной взаимосвязи, который обусловлен особенностями характеристики торгового предприятия и особенностями потребительского рынка. Для оценки эффективности коммерческой логистики важным является также сопоставление прибыли с издержками обращения. В этом случае логистические издержки выступают качественным показателем эффективности коммерческой логистики.

### ***Список литературы***

1. Воронов В.И. Основные аспекты логистического консалтинга / В.И. Воронов, А.С. Пичейкина // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2007. – Т. 1. – №19. – С 151–159.

2. Воронов В.И. Международная логистика / В.И. Воронов // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2014. – 700 с.
3. Воронов А.В. Вестник университета (Государственный университет управления) / А.В. Воронов, В.И. Воронов, В.А. Лазарев. – 2008. – №1. – С. 55.
4. Аникин Б.А. Основные формы и виды аутсорсинга / Б.А. Аникин, В.И. Воронов // Вестник ГУУ. – 2006. – №4 (17).
5. Воронов В.И. Методологические аспекты экономического обеспечения логистических систем управления / В.И. Воронов // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2006. – №4. – С. 11.
6. Инновационные технологии в логистике / В.И. Воронов [и др.] // Инновации и инвестиции: Научно-аналитический журнал. – 2015. – №4. – С. 2–4.
7. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики: Учебное пособие / Б.А. Аникин [и др.]. – М., 2014.
8. Воронов В.И. Информационные технологии в коммерческой деятельности. Ч. 1 / В.И. Воронов, В.А. Лазарев. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2000. – 104 с.
9. Воронов В.И. Информационные технологии в коммерческой деятельности: Учебное пособие. Ч. 2. / В.И. Воронов, В.А. Лазарев. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. – 112 с.
10. Родкина Т.А. Логистика информационных потоков: состояние и перспективы / Т.А. Родкина // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2012. – №5. – С. 144–148.
11. Абдулабекова Э.М. Калькуляция издержек и конкурентоспособность: Сборник научных трудов / Э.М. Абдулабекова. – М.: АР-Консалт, 2014.
12. Абдулабекова Э.М. Роль маркетингового анализа в управлении. Маркетинг – контроллинг / Э.М. Абдулабекова // Вестник Московского Финансово-Юридического Университета МФЮА. – М.: МФЮА, 2010. – №3.
13. Логистика как фактор конкурентоспособности национальных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bibliofond.ru/view.aspx?id=819117> (дата обращения: 11.12.2017).