

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 компаний, 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, осуществляющим экспортно-импортные операции, нeliшне 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 удается 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. Пребегают к рационализации логистической деятельности, но уровень логистической услуги сохраняется прежним. Через определённое время, получив прибыль от рационализации логистической деятельности, руководство компании осознает, 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 деятельность 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 корректизы 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).