

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОПТОВЫХ СТРУКТУР ТОРГОВЛИ

С.В. Едемская, А.И. Панов

Нижегородский коммерческий институт

Раскрываются некоторые вопросы использования логистики на предприятиях России. В качестве логистизации выступают такие хозяйственные процессы в сферах производства и торговли, как непосредственный или торговый процессы, распределение по каналам сбыта и сам сбыт товаров и услуг. В работе показано, что логистика представляет собой новый инструмент хозяйственной деятельности всех участников рынка и является одним из важнейших факторов повышения конкурентоспособности предприятий торговли.

Внедрение логистических подходов в управлении товародвижением приобретает большую актуальность на современном этапе развития российской экономики. Это связано с интенсификацией и расширением товарно-денежных отношений, с динамичным увеличением горизонтальных хозяйственных связей между предприятиями и организациями сопряженных отраслей, в том числе производственной инфраструктуры. Возросли возможности для улучшения их взаимодействия на основе расширения хозяйственной самостоятельности и инициативы посреднических структур и транспортных предприятий, совершенствования их договорных отношений.

Термин «логистика» берет свое начало в 1670 г., когда новая структура при штабе французской армии стала включать в себя должность «маршала по логистике», который отвечал за снабжение, транспортировку и выбор лагеря. Термин переключался «на гражданку» лишь в 60-е годы прошлого века. Сейчас под логистикой подразумевается *оптимальная координация движения и создания запасов сырья, деятельность по переработке, упаковке конечной продукции, ее складирование и доставка клиентам.*

Главное правило логистики — так называемое «Правило 7 R»: правильный продукт с правильным уровнем издержек, правильного качества, в правильном количестве должен быть доставлен в правильное время в правильное место правильному потребителю.

В настоящее время рынок дистрибьюторских услуг представляет собой хаотичное сборище маленьких и больших компаний, а решение о выборе поставщика зачастую принимается товароведом «за шоколадку». При этом небольшие оптовые компании нередко пытаются отчаянно демпинговать, забывая о качестве услуг.

На Западе во всех отраслях экономики логистическим компаниям ежегодно передается в аутсорсинг примерно 30% логистических услуг. Оборот этого рынка в мире составил в 2003 г. примерно 500 млрд евро. Объем логистического рынка в среднем растет на 5–6% в год. В России все предвещает бурный рост отрасли логистических услуг уже в самое ближайшее время.

Общая структура логистической системы оптового предприятия включает такие его составляющие, как материальные, финансовые и информационные потоки.

Следуя логистическим подходам и развивая горизонтальные хозяйственные связи, предприятия конкурируют друг с другом в процессе обслуживания заказчиков, в повышении качества поставки и доставки продукции с наименьшими затратами. Методы логистики выступают надежным инструментом для повыше-

ния конкурентоспособности на товарных рынках. Общая схема логистического подхода представлена на рис. 1.



Рис.1. Общая схема логистического подхода

Развитие и внедрение механизма логистического управления постоянно связано с привлечением резервов финансовых и всех других видов ресурсов.

Многообразие логистических операций и услуг (по складированию, перевозке, транспортной экспедиции, консалтингу, информации) позволяет значительно расширить возможности коммерческо-посреднических организаций по обслуживанию предприятий-поставщиков и потребителей продукции. Они преобразуются в посреднические операции комплексного обслуживания, которые, помимо посреднических операций по закупке и реализации товаров, осуществляют новые логистические услуги. Благодаря этому значительно повышается роль, авторитет и эффективность оптово-торговых посредников на рынках товаров и услуг.

Функции, формы, методы и средства логистического управления в совокупности составляют логистическую инфраструктуру товарного рынка. Она включает элементы организационного, информационного, коммуникационного обеспечения рыночной системы.

Рассмотрение логистики в качестве фактора повышения конкурентоспособности предполагает, что последствия принимаемых решений в данной области должны поддаваться измерению из-за их воздействия на функциональные затраты и на доходы от продажи товаров. В связи с этим актуализируется задача нахождения способа контроля издержек и показателей, наиболее корректно отражающих связь логистики с основными экономическими и финансовыми индикаторами фирм.

Политика фирм, направленная на получение доходов от логистической деятельности, как правило, ведет к увеличению прибыли. Вклад логистики в прибыль компании зависит от уровня обслуживания. При этом подмечено, что при достижении уровня 90% и выше логистические издержки начинают опережать рост доходов от этого вида деятельности. Начиная с 95%, эффект становится отрицательным. Поэтому конкурентоспособность фирмы заключается в получении конкурентного преимущества за счет предложения дополнительных услуг и повышения их качества. Логистика способствует повышению эффективности работы фирмы при соблюдении следующих требований: поддержание связи логистики с корпоративной стратегией; совершенствование организации движения материальных потоков; поступление необходимой информации и современная техноло-

гия ее обработки; эффективное управление трудовыми ресурсами; налаживание тесной взаимосвязи с другими фирмами в области выработки стратегии; учет прибыли от логистики в системе финансовых показателей; определение оптимальных уровней качества логистического обслуживания с целью повышения рентабельности; тщательная разработка логистических операций.

Выполнение фирмами вышеуказанных требований гарантирует взаимосвязь логистики с маркетингом и производством, обеспечивает не только высококачественное проведение всех логистических операций, но и создание эффективного, с низкими издержками сервиса для покупателей, будет содействовать росту прибыли по активам рассматриваемой сферы деятельности, т.е. повышению конкурентоспособности фирм.

Одна из основных задач логистики — создание интегрированной эффективной системы регулирования и контроля материальных и информационных потоков, обеспечивающей высокое качество поставки продукции

В соответствии с современными задачами логистики различают два вида ее функций: оперативные и координационные. Оперативный характер функций связан с непосредственным управлением движением материальных ценностей в сфере снабжения, производства и распределении; по существу, мало, чем отличается от функций традиционного материально-технического обеспечения.

К числу функций логистической координации относятся: выявление и анализ потребностей в материальных ресурсах различных фаз и частей производства; анализ рынков, на которых действует предприятие, и прогнозирование поведения других источников этих рынков; обработка данных, касающихся заказов и потребностей клиентуры.

Логистику товародвижения отличают присущие ей узловые элементы, имеющие ключевое значение для данной сферы логистики.

В процессе реализации, продажи и купли выпускаемая продукция выступает в качестве товаров, которые приобретаются на товарных рынках непосредственно потребителями или закупаются предприятиями и организациями, коммерческими посредниками между производителями и потребителями.

Интегрирующее свойство логистики — обеспечение синхронизации процессов сбыта, хранения и доставки продукции. В итоге достигается основная цель логистики, заключающаяся в том, чтобы предложить на рынке пользующуюся спросом продукцию в нужном количестве к требуемому сроку в нужном месте и реализовать ее по ценам, обеспечивающим прибыль.

Урегулирование взаимоотношений в рамках логистики стало возможным с помощью теории компромиссов. Именно на ее основе достигается эффект, устраивающий систему в целом. Применительно к товародвижению выбираются решения, оказывающие позитивное воздействие на сокращение общих затрат или повышение суммарной прибыли, хотя бы и в ущерб деятельности отдельных подразделений фирмы. В межфирменных связях аналогичный результат получают путем гармонизации интересов всех участников логистического процесса, добиваясь компенсации дополнительных затрат за счет получения внеотраслевого эффекта.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что логистика занимается «состыковкой» двух сфер: предъявляемого рынком спроса и выдвигаемого компанией предложения, т.е. координирует взаимоотношения с производством и выступает в качестве фактора повышения конкурентоспособности фирм, что оценивается, как право, увеличением их доли на рынке и во многом зависит от эффективного предложения фирмами конкурентоспособного уровня обслуживания потребителей.