

Инновационные решения в доставке грузов в международной торговле

Функционирование внешнеторговых организаций в условиях рыночной конкуренции объективно требует использования инноваций. В качестве примера управления инновациями во внешнеторговой сфере можно рассмотреть инновационные пути управления внешнеторговыми товаропотоками. Такая проблема всегда возникает в процессах управления экспортно-импортными операциями. Речь идет об оптимальном управлении физического продвижения товаров при планировании и реализации внешнеторговой сделки.

Сегодня для решения этой проблемы существует организационный инструментарий, именуемый логистикой, которая имеет управление материальными потоками.¹ Только инновационные подходы к вопросам планирования и управления доставкой товаров позволяют снизить издержки продавцов и покупателей товаров.

Управление внешнеторговой транспортной логистикой представляет собой комплекс принятия решений руководством внешнеторговой компании в отношении оптимизации, по крайней мере, двух ключевых факторов – планирования международного продвижения товаров и реализации такого продвижения.² Оба фактора необходимо рассматривать в неразрывном взаимодействии вследствие их возможной синергии и дальнейшего мультипликативного эффекта.

Первым фактором (фактором планирования) следует считать принятие решения в отношении выбора приемлемого для компании набора базисных условий поставки товаров по Инкотермс 2010.³ Такой выбор на стадии предконтрактной работы определит, во многом, переговорную позицию внешнетор-

К.В.Холопов,
С.М.Балакирева

УДК [658.7/8:339.5]:001.895
ББК 65.40:65:428
Х-736

¹ Гаджинский А.М. Логистика: Учебник. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005. с. 19

² Логистика: управление в грузовых транспортно-логистических системах: Учебное пособие / Под ред. д-ра техн. наук, проф. Л.Б.Миротина. – М.: Юристъ, 2002. с.22

³ Холопов К.В. Инкотермс 2010: назначение, изменения и отличия. // Российский внешнеэкономический вестник, №1, 2011. с.60



говой компании. Группа переговорщиков будет отстаивать эту позицию, которая, в частности, определит степень участия компании в международной доставке соответственно экспортного или импортного груза.

Вторым фактором является принятие управленческого решения по вопросу, как лицо, на котором по договорённости сторон лежит обязанность и ответственность по доставке товара (продавец или покупатель) будет решать логистические задачи по доставке внешнеторгового груза. Базовых вариантов здесь четыре.

Первый вариант подразумевает, что профессиональный кадровый состав внешнеторговой компании способен самостоятельно планировать и управлять продвижением поставляемой партии товара. Следовательно, всё управление логистикой лежит на топ-менеджменте компании, и от его инновационных решений будет зависеть уровень транспортных издержек. Обычно в таких компаниях ограничиваются возложением функций управления доставкой на отдел логистики.

Второй вариант управления логистикой характерен для крупных компаний и вертикально-интегрированных холдингов. Этот вариант подразумевает некоторые организационные изменения: вместо логистической структуры внутри внешнеторговой компании организовывается «домашний» логистический провайдер. Формально независимая, но организационно и функционально связанная с материнской компанией «дочка», работает исключительно на головную компанию, не принимая при этом заказы на логистическое обслуживание внешнеторговых грузопотоков со стороны. Например, так работает в России группа компаний ОАО «Евроцемент групп»⁴ (16 компаний в России, на Украине, в Узбекистане), образовавший для целей управления внешнеторговой и внутренней логистикой формально независимую юридическую структуру ООО «Спецвагонтранс».

Третьим вариантом управления внешнеторговой логистикой обычно бывает не формальный юридический аутсорсинг в пользу дочерней компании, а дальнейшее инновационное развитие и продвижение дочерней компании на рынке международных транспортно-логистических услуг. Здесь, кроме структурного отдаления дочерней компании для целей выполнения логистических услуг в интересах холдинга, образованный логистический провайдер оказывает услуги на внешнем рынке. Услуги могут оказываться любым компаниям, а не только тем, которые входят в структуру группы. Фактически речь идет о существенной диверсификации бизнеса. Не только экспортно-импортные операции, но и независимая международная доставка любых грузов любых владельцев становится одним из профильных видов деятельности внешнеторгового холдинга. Тому примером компания ЗАО «Северстальтранс»⁵, которая из дочерней транспортно-экспедиторской компании одной из крупнейших в мире сталелитейной и горнодобывающей ТНК «Северсталь» превратилась в практически полностью публичного международного перевозчика и экспедитора.

⁴ www.eurocement.ru/cntnt/rus/company.html

⁵ С 2008 года ЗАО «Группа компаний «Н-Транс»» - www.ntransgroup.ru

И, наконец, последним вариантом управления внешнеторговой логистикой является полная передача этих функций профессиональным участникам рынка транспортных, транспортно-экспедиторских и логистических услуг, то есть независимым международным компаниям. Приводить примеры и названия таких компаний не имеет смысла, так как именно они всегда стоят в первых сотнях международных и национальных профильных рейтингов.

Управление логистикой, как инструмент инновационного развития внешнеторговой компании, требует, кроме финансовых средств, в первую очередь, высокопрофессионализма менеджмента и исполнителей, а с этим в нашей стране в области внешнеторговой транспортной логистики пока еще не очень хорошо. Не хватает кадров и, главное, профильных вузов, которые такие кадры могут подготовить. Следует также отметить, что кроме управления внешнеторговой транспортной логистикой, существенное значение имеет также операционная логистика, то есть технологии выполнения отдельных процессов, функций и операций в рамках достижения заданных и доказанных топ-менеджментом многокритериальных оптимумов.

Организации и их подразделения добиваются успехов, в первую очередь, за счет хорошо подготовленных и высококвалифицированных менеджеров, которые грамотно сочетают в управлении инновационной организацией в рамках трех представленных измерений для выживания и процветания любой компании.

Интеграция России в мировую экономику и состояние глобальной внешней экономической среды требуют от российских участников внешнеэкономической деятельности освоения прогрессивных методов и технологий стратегического менеджмента. Искусство руководить состоит в том, чтобы уметь воздействовать на те или иные силы в нужный момент времени для развития инновационной направленности внешнеторговых организаций в условиях модернизации российской экономики.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Баранчев В.П. Управление инновациями: учебник. – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 711 с. (Barancheev V.P. Upravlenie innovacijami: uchebnik. – M.: Izdatel'stvo Jurajt, 2011. – 711 s.)

Внешнеторговая энциклопедия. / Отв.ред. С.И. Долгов. - М.: Экономика, 2011. – 447 с. (Vneshnetorgovaja jenciklopedija. / Otv.red. S.I. Dolgov. - M.: Jekonomika, 2011. – 447 c.)

Гаджинский А.М. Логистика: Учебник. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005. - 432 с. (Gadzhinskij A.M. Logistika: Uchebnik. – 11-e izd., pererab. i dop. – M.: Izdatel'sko-torgovaja korporacija «Dashkov i K», 2005. - 432 s.)

Логистика: управление в грузовых транспортно-логистических системах: Учебное пособие / Под ред. д-ра техн. наук, проф. Л.Б.Миротина. – М.: Юристъ, 2002. - 414 с. (Logistika: upravlenie v gruzovyh transportno-logisticheskikh sistemah: Uchebnoe posobie / Pod red. d-ra tehn. nauk, prof. L.B.Mirocina. – M.: Jurist#, 2002. - 414 s.)

