

ГЛОБАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

© 2014 Л.К. Кириллова*

Ключевые слова: международный бизнес, глобальный рынок, глобализация, конкуренция, конкурентоспособность, глобальная конкуренция, глобальная логистика.

Рассмотрено влияние глобализации мировой экономики на развитие логистического бизнеса. Раскрыты особенности национальной и международной конкуренции, факторы развития и препятствия для достижения глобальной конкурентоспособности. Показана эволюция логистического подхода под влиянием глобализации экономических процессов, отражено изменение вклада логистики в достижение конкурентоспособности.

Участие в международном бизнесе требует новых знаний мирового рынка и принятия решений в глобальной конкурентной среде. От специалистов по логистике требуются знания о барьерах в международной логистике, об альтернативных вариантах их преодоления и об умении действовать в нетрадиционных обстоятельствах.

Организация логистики на внутреннем и внешнем рынках опирается на сходные принципы, но условия международной деятельности сопряжены с большими издержками и сложностями, именуемые Д. Бауэрсоксом “формулой четырех Д”, что означает необходимость учета дальности перевозок, документации, национальных культур, диктата потребительского спроса¹. Логистический менеджмент на глобальном рынке с учетом выдвигаемых требований получает специфическое выражение в используемых стратегиях и тактике логистических операций.

Глобализация мировой экономики выступает мощным фактором развития бизнеса, включая логистический. Поиск конкурентных преимуществ происходит за пределами национальных границ, обеспечивая более широкий выбор различного вида ресурсов: трудовых, материальных, технологических. Возможность закупок ресурсов на внешних рынках превратилась в глобализацию закупок и повысила роль логистики, ориентированной на создание конкурентных преимуществ за счет своевременных, четко спланированных товаропотоков.

Первоначально идея глобализации опиралась на достижение экономии затрат за счет использования более дешевой рабочей силы, сто-

имости земли, налоговых льгот. Позже возник интерес к глобальному рынку как источнику поставок, дополняющих внутренние ресурсы страны. Развитие глобализации остается устойчивой тенденцией в современной экономике, но акценты смещаются на получение долговременного преимущества за счет инновационных технологий, доступных в других странах с одновременным ограничением доступа к ним конкурентов.

Ключевыми факторами успеха становятся конфигурация глобальной закупочной сети компании, ее адаптивность к запросам и скорость удовлетворения потребностей. Существенным элементом глобализации является информационная среда, упрощающая процедуры выбора товаров покупателями, формирующая новые потребности и запросы на высококачественные товары по низким ценам. Это заставляет продавцов гибко реагировать на меняющиеся запросы.

Следствием указанных явлений становятся модернизация методов ведения бизнеса и получение преимуществ на рынке за счет скорости реакции на быстро изменяющийся спрос. Важнейшим фактором, способствующим укреплению рыночных позиций компании, выступает обслуживание клиентов, дифференцированное по уровням качества. Обслуживание клиентов, рассматриваемое в качестве стратегической концепции, выполняет интегрирующую роль в глобальной маркетинговой стратегии, охватывая отрасли промышленности, оптовых, розничных торговцев и конечных потребителей вне рамок географических границ.

Уровень обслуживания клиентов является основным элементом политики распределения

* Кириллова Лариса Константиновна, кандидат экономических наук, доцент Самарского государственного экономического университета. E-mail: vestnik_sgeu@mail.ru

товаров, связующим звеном маркетинга и логистики. Значимость процесса распределения товаров подчеркивается возникновением ряда международных логистических центров (МЛЦ) по инициативе крупных производителей высокотехнологичных товаров (SONY, Япония) в целях повышения качества обслуживания клиентов и достижения высоких финансовых результатов. Международный логистический центр SONY занимает ключевое место в концепции логистического управления и в каждом регионе сбыта функционирует местный МЛЦ (Северная Европа, Западное побережье США). При этом, в Сингапуре МЛЦ функционирует как центр сборки и комплектации, объединяя территориально разбросанную производственную базу из пяти заводов Юго-Восточной Азии. МЛЦ SONY осуществляет управление всеми грузопотоками данного региона, поддерживает высокие стандарты распределения и получает выгодные фрахтовые ставки, обеспечивая экономию расходов на трудовые ресурсы, транспортировку, сокращая сроки задержки отправок.

Хорошим примером функционирования МЛЦ является деятельность индийской компании Handloom Products Council (НПС)², организовавшая в Европе два подразделения и в течение всего года получающая поставки с текстильных предприятий. Благодаря этому удалось устранить влияние таких негативных факторов, как сезонные колебания спроса, бюрократические задержки отправок, связанные с таможенной очисткой и перегрузкой в Индии. Своевременное, качественное обслуживание европейских клиентов позволило укрепить деловые отношения и увеличить рыночные доли.

Приведенные примеры показывают возможности повышения конкурентоспособности компаний за счет дифференциации условий поставок, а не производимого товара. Важность обслуживания клиентов увеличивается по мере роста числа товаров-заменителей, повышения уровня технологического развития отраслей. В этих условиях клиент оценивает в совокупности преимущества не только наличия товара, но и своевременности отправок. Этот фактор напрямую связан с размером наличных запасов, требуемых для ведения бизнеса, а оптимальное количество запаса обеспечивает высокоэффективное использование активов. В прошлом накопление запасов обеспечивало устойчивое положение покупателя и предотвращало

сбои в производственном процессе и обслуживании покупателей. Но содержание запасов сопряжено со значительными расходами, и для отдельных компаний инвестиции в запасы превысили величину собственного акционерного капитала. Такой подход был оправдан при ограниченных возможностях контроля за рыночным спросом и отсутствии функциональной интеграции внутри компании.

Изменения в условиях международной торговли, концентрация рынков потребовали изменений в методах ведения бизнеса на базе использования ограниченных активов с максимальной эффективностью и расширения сотрудничества с партнерами. Следует учесть, что «системная интеграция в глобальной логистике обусловлена потребностью в более высоком уровне координации действий партнеров»³.

Компании все чаще стали передавать специализированным партнерам второстепенные виды деятельности, сохраняя за собой ключевую компетенцию, развивая партнерство с торговыми посредниками, поставщиками услуг и формируя корпоративную сеть стратегических союзов. В результате успех в бизнесе стал зависеть от интегрированных взаимоотношений производителей, торговцев и транспортных компаний, оптимизирующих расходы на распределение.

В процессе взаимодействия партнеров критически важны информационное обслуживание в режиме реального времени и доступ заинтересованных организаций к информации о запасах, определяющих эффективность функционирования цепи поставок. Своевременная информация позволяет быстро адаптировать предложения для клиентов, обеспечивает дополнительную ценность и выступает способом решения стратегических задач. Это «формирует новые требования как к корпоративной информационной инфраструктуре субъектов логистической деятельности, так и к информационной инфраструктуре в рамках управления цепями поставок»⁴.

Указанные выше обстоятельства обеспечили изменение роли логистики в достижении конкурентоспособности компаний на фоне многократного расширения ассортимента продукции и возникновения глобальной конкуренции. Понятие глобальной конкуренции требует некоторых уточнений в используемой терминологии, поскольку участниками международной торговли могут быть многонациональные и глобальные компании.

Глобальные компании используют ресурсы всего мира, координируют свои стратегические позиции на основных национальных рынках и получают преимущества, не доступные при локальном ведении бизнеса. Многонациональные компании не ведут конкуренцию в международном масштабе, а ограничиваются пределами конкретных стран, где дочерние подразделения функционируют практически автономно. В этой связи нельзя однозначно назвать глобальными отрасли, если там действуют многонациональные конкуренты. При этом глобальность имеет относительный характер в зависимости от отрасли.

Начало процессу глобализации было положено в 70-е гг. XX в., и процесс этот динамично развивается, что требует переосмысления характера конкуренции и ответных реакций участников бизнеса на изменившиеся условия.

М. Портер отмечает существенные различия между национальной и международной конкуренцией:

- ◆ стоимость факторов производства, различающихся по странам;
- ◆ разнообразие факторов окружающей среды иностранных рынков;
- ◆ место и роль государства в мировой экономике;

◆ разнообразие целей, ресурсов и возможностей отслеживания действий иностранных конкурентов.

Состав структурных факторов и рыночных сил, действующих на внутренних и глобальных рынках, совпадает, хотя в глобальных отраслях рыночные силы действуют в более сложном контексте. Важно понять преимущества и недостатки конкуренции в глобальном масштабе, условия, стимулирующие конкуренцию и препятствующие ей. Взгляд М. Портера на источники и препятствия глобальной конкуренции представлены в таблице.

В целом следует иметь в виду, что указанные факторы действуют не изолированно, а в определенном сочетании или взаимодействии. Часто можно наблюдать экономию в производстве, открывающую путь к внешнеторговым операциям и обуславливающую экономию в логистике или в сфере закупок. Выраженность источников глобального преимущества зависит от размера экономии, обусловленной глобальным ведением бизнеса и конкурентной позицией фирмы с учетом используемых преимуществ. Главным источником преимуществ глобальных компаний следует считать “наличие барьеров мобильности”, которые должны быть учтены при

Факторы развития и ограничения глобальной конкуренции

Источники преимуществ глобальной конкуренции	Препятствия для достижения глобальной конкурентоспособности
<ol style="list-style-type: none"> 1. Сравнительное преимущество страны по стоимости факторов производства. 2. Экономия на масштабе за счет централизации производства и глобальной конкуренции. 3. Более быстрое накопление глобального опыта за счет работы на рынках многих стран. 4. Экономия в сфере логистики за счет обслуживания многих национальных рынков и создание международных систем логистики. 5. Эффект масштаба от реализации маркетинговых стратегий. 6. Преимущества в издержках при закупках ресурсов по всему миру. 7. Дифференциация и создание положительного имиджа у потребителей всего мира 8. Экономия от использования патентованной технологии на рынках различных стран. 9. Экономия на масштабе за счет мобильности производства продукта 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономические препятствия, в том числе: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Затраты на транспортировку и хранение при централизованном производстве и глобальном распределении. 1.2. Разнообразие национальных потребностей в продукте. 1.3. Доступность национальных каналов сбыта. 1.4. Организация системы сбыта в национальной экономике. 1.5. Сервисные возможности национальной экономики. 1.6. Скорость ответной реакции на запросы рынка с учетом удаленности национального рынка от централизованного производства, места разработки товаров и маркетинга. 1.7. Сложность сегментации географических рынков 1.8. Отсутствие глобального спроса 2. Управленческие препятствия <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Задачи маркетинга с учетом национальных различий 2.2. Уровень интенсивности обслуживания национальных рынков. 2.3. Требования по скорости замены технологий. 3. Институциональные препятствия. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Особенности государственной политики стран по защите национальных интересов. 3.2. Ресурсные возможности компаний и характер восприятия международных проблем

* Источник: *Портер Е.* Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. / Майкл Е. Портер. М., 2008. С. 334.

оценке состояния конкуренции в глобальных отраслях.

Высокие стандарты качества продукции, развитие технологий требуют поиска конкурентных преимуществ, не поддающихся копированию и добавляющих особую ценность для клиентов. Одним из направлений роста конкурентоспособности компаний стала логистика, интегрирующая функции закупок, производства, транспортировки, распределения, управления информационными и финансовыми потоками.

Логистика приобрела статус общей концепции управления, рассматривающей интеграцию функций хозяйствующего субъекта в качестве потенциала роста и развития. Ключевым инструментом логистики по повышению эффективности экономической деятельности выступают запасы. Уровень запасов во многих отраслях промышленности достаточно высок, и при этом отмечается длительный период от момента закупки ресурсов до реализации готовой продукции в розничной торговле: «Так, в западноевропейских странах 93% периода производства продукт хранится в ожидании дальнейшей стадии преобразований, 2% времени занимает собственно процесс производства и 5% времени занимает транспортировка»⁵. Это требует поиска решений по сокращению продолжительности цикла прохождения заказов и ускорения оборачиваемости запасов. Производители пришли к пониманию необходимости системного подхода к управлению материальными и информационными потоками, стали сдерживать накопление запасов, внедрять логистическое управление в корпоративную стратегию.

Развитие логистического подхода к управлению обусловлено воздействием ряда факторов. Первоначально основной идеей использования логистики было преодоление пространственного и временного разрыва в управлении материальными потоками. Эта проблема разрешилась в результате развития техники и технологии, что позволило изменить влияние географического фактора. В дальнейшем логистическое управление сосредоточилось на функции распределения, затем на хранении запасов и в итоге акценты сместились на обслуживание клиентов. Развитие производства, гибко реагирующего на рыночный спрос, потребовало интегрировать в логистический процесс закупочную деятельность. Таким образом, ключевой компетенцией логистики стала интегра-

ция, но по-прежнему сопровождаемая высокими затратами на логистику.

Бурное развитие международной хозяйственной деятельности выдвигает новые требования к логистике, которая находится под влиянием двух противоречивых сил. С одной стороны, действуют факторы, устраняющие барьеры на пути глобальной логистики. С другой стороны, имеют место преграды, сдерживающие международную логистическую деятельность. Принятие решений об участии в международной деятельности требует проведения сравнительного анализа имеющихся препятствий и выгод от международной торговли. Остановимся подробнее на препятствиях, сдерживающих развитие глобальной логистики, к числу которых относят: состояние рынков и конкуренции, финансовые барьеры, каналы распределения⁶.

К рыночным и конкурентным барьерам можно отнести ограничения по вступлению на рынок, ценообразование, правила конкуренции, недостаток информации.

Ограничения по вступлению на рынок могут быть в виде законодательных или технических барьеров. Например, в странах Европы допуск иностранных предпринимателей на рынок увязывают с размещением производственных или распределительных мощностей, что относится к разряду технических ограничений. В Японии действует закон, по которому вопрос о допуске на национальный рынок иностранных розничных торговцев решается местными розничными торговцами.

Серьезным препятствием для глобальной логистики является недостаток рыночной информации: о характеристиках рынка, демографических показателях, об особенностях конкуренции, условиях импорта и требованиях к документации. В большинстве стран действует требование о предоставлении полной документации об импорте еще до фактической поставки товара. При осуществлении международных грузоперевозок высокие требования к точности документации приобретают особое значение.

Ценообразование в международной торговле выступает мощным сдерживающим фактором ее развития, поскольку зависит от обменных курсов валют и неоднозначно влияет на политику формирования запасов с учетом их колебаний. Серьезным барьером в международной торговле выступают таможенные по-

шлины, используемые для защиты национальной экономики путем повышения цен на импортируемые товары. Влияние таможенных пошлин на международную торговлю проявляется по двум направлениям.

Во-первых, таможенные пошлины следует учитывать при оценке зарубежных поставок, поскольку они выступают в качестве дополнительного элемента издержек. Во-вторых, таможенные тарифы выступают важным политическим инструментом во взаимоотношениях стран и могут существенно изменяться при смене политики правительств. По этой причине возникают сложности в планировании логистической деятельности.

Улучшить международные торговые отношения призвана Всемирная торговая организация (ВТО, в прошлом ГАТТ), действующая с 1948 г. Фундаментальной основой ВТО является принцип, согласно которому снижение таможенных пошлин, достигнутое между двумя странами-участницами, распространяется на всех остальных участников. Однако различия в уровне таможенных тарифов полностью преодолеть не удастся, что усложняет международную логистику.

Международные операции осуществляются в высококонкурентной среде, где следует учитывать два обстоятельства: недостаток информации о международных правилах конкуренции и региональные различия в нормах их регулирования. Все это служит серьезным барьером для развития глобальной логистики.

Финансовые барьеры для глобальной логистики обусловлены проблемами прогнозирования и институциональной инфраструктурой. Вопрос прогнозирования является актуальным как на внутреннем, так и на внешнем рынке. При прогнозировании на внутреннем рынке стремятся оценить будущий объем продаж, возможные действия конкурентов, сезонные колебания в продажах. На международном рынке требуется решение тех же задач, но с учетом дополнительных факторов, таких как валютные курсы, таможенные правила, экономическая политика государств.

Ограничения, обусловленные институциональной инфраструктурой, включают в себя различия в доступе национальных и иностранных участников бизнеса к услугам банков, юриди-

ческих консультантов, перевозчиков. Кроме того, различия стран касаются сроков прохождения платежей, что осложняет процесс обработки заказов, увеличивает финансовый риск и риск содержания запасов. Вследствие действия указанных обстоятельств логистическим менеджерам для поддержки международных операций требуются дополнительные объемы запасов, увеличенные сроки транспортировки и более мощные финансовые ресурсы.

Одним из препятствий в международной логистике выступают межгосударственные различия в каналах распределения. Состояние инфраструктуры отдельных государств характеризуется национальными особенностями средств транспортировки, оборудования для грузопереработки, складскими и портовыми мощностями, системами связи и информационного обмена. В частности, транспортное оборудование различных стран отличается по размерам, мощности, грузоподъемности, ширине железнодорожной колеи, что требует при пересечении национальных границ перегружать товар в другие транспортные средства или контейнеры, влияя на размер издержек и сроков поставки. Кроме того, действуют правила, ограничивающие ввоз товаров или увеличивающие уровень таможенных пошлин при превышении определенного объема импорта. В результате торговые соглашения и особые требования, действующие в отношении отдельных государств, серьезно усложняют международную логистику.

¹ Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок. М., 2009. С. 146.

² Левиков Г.А. Управление транспортно-логистическим бизнесом. М., 2007. С. 7.

³ Кириллова Л.К. Особенности и тенденции развития логистики в условиях интернационализации бизнеса // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 5 (103). С. 45.

⁴ Агафонова А.Н. Трансформация форм и методов информационного обеспечения бизнес-процессов в условиях становления неэкономии // Вестник ТГУ. 2012. № 4 (22). С. 216.

⁵ Левиков Г.А. Указ. соч. С. 11.

⁶ Бауэрсокс Д., Клосс Д. Указ. соч. С. 142; Швецова Е.В. Информационное сопровождение в цепях поставок // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 9 (107). С. 46-49.

Поступила в редакцию 20.12.2013 г.