(cc) BY

Курносенкова Инна Александровна
студентка
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»
г. Санкт-Петербург

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация*: в статье исследуются методы, с помощью которых можно рассчитать эффективность применения логистической стратегии. Рассматриваются метод комбинированного прогноза для получения предварительных показателей будущего года, для оценки существующих посредников, метод «Make or buy» и метод «точно в срок».*

Ключевые слова*: логистическая стратегия, метод, минимизация издержек, транспорт.*

Необходимость формирования логистической стратегии обусловливается тем, что это обеспечит адаптацию к рыночным изменениям, позволит управлять материальными потоками, сокращать издержки на выполнение процесса доставки.

Выбор логистической стратегии в компании основывается на ключевом факторе и возможностью оптимизации его определенным набором инструментов.

Важным фактором, оказывающим влияние на формирование логистической стратегии, является объем товаров или услуг, производимых или осуществляемых компанией, например, объем грузоперевозок, который существует на данный момент и будет через ближайшие несколько лет. Количество перевозимых грузов компанией напрямую не зависит от существующей транспортной политики организации и является случайной величиной, которая зависит от множества внешних факторов и подчиняется закону распределения.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Для получения будущих данных используют комбинированный прогноз, который включает в себя синтез различных вариантов прогнозов для достижения наиболее точного результата исследования [2].

Для расчета объема обычно используют метод экстраполяции по динамическим рядам с использованием полиномов различной степени. Метод экстраполяции включает в себя использование трех величин: тренд, который очень важен для компании, так как поможет оценить общие экономические показатели на протяжении определенного времени, сезонная компонента и случайная величина отклонения прогноза. Сезонность существует на рынке товаров, обслуживающие небольшие сегменты.

Основой вышеупомянутого метода являются данные за прошлый период и настоящий период.

Однако данный метод не может с высокой точностью прогнозировать будущий показатель от выбора стратегии. Поэтому для получения более точной информации можно использовать метод экспоненциального сглаживания.

Данный метод имеет ряд недостатков, к которым можно отнести отсутствие возможности оценить правомерность среднего прироста, фактические наблюдения, являющиеся результатом случайности и закономерности. Следовательно, метод экспоненциального сглаживания используется лишь в комбинированном методе прогнозирования.

Формирование логистической стратегии минимизации общих логистических издержек вынуждает компании, не имеющие собственный транспорт, в первую очередь к поискам посредников, предлагающих меньшую цену за осуществление логистических услуг при возможном сохранении установленного уровня обслуживания. С помощью выбора логистических посредников с использованием экспертных методов можно сравнить нынешнего логистического посредника компании с потенциальным, опираясь на различные критерии оценки [1].

Экспертные оценки, которые в дальнейшем определяют количественные значения, логистическим посредникам дают как менеджеры компании,

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

выступающие в качестве экспертов, так и независимые источники информации – отчеты, справочники. Использование функции желательности необходимо для получения качественных показателей. Для получения конечного результата в расчете применяют также релейные показатели.

В ходе проведения анализа логистических посредников следует сразу вычеркивать тех, кто не подходит под ключевые ограничения компании.

Данный метод позволяет всесторонне оценить варианты с учетом человеческого фактора и дает понятие о взаимодействии исследуемых факторов между собой.

Выбор нового логистического посредника на самом деле оказывается не такой уж легкой процедурой, какой кажется на первый взгляд. Поэтому использование разработанного алгоритма выбора нового логистического посредника позволит компаниям в дальнейшем минимизировать временные и денежные затраты и делает большой объем расчетных операций, а также повышает объективность оценок, данных экспертами.

Существует стратегия аутсорсинга для логистических организаций. Она заключается в том, что сама логистическая компания может передавать некоторые функции специализированным организациям (бухгалтерский учет, страхование, IT-обеспечение, транспортировка продукции), в то время как компания сосредоточивает свою основную деятельность на ключевых направлениях.

Наилучшим методом, с помощью которого можно наглядно отобразить, какие задачи стоит отдавать на аутсорсинг, является метод «Make or buy». Важным процессом применения данного метода является анализ затрат, возникающих при осуществлении операций силами компании и затрат, которые появятся при передаче на аутсорсинг [4].

Зачастую компаниям, которые только начали выход на рынок, следует максимально использовать преимущества аутсорсинга, так как основные финансовые показатели можно лишь предугадать, не зная точно, какие факторы и как будут оказывать влияние. Однако стоит отметить, что не нужно стопроцентно использовать один из вариантов, возможно комбинирование.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Что касается транспортного парка, то самым выгодным вариантом является использование собственного и арендованного транспорта, но для осуществления данной операции необходимы стабильные показатели грузооборота компании и налаженная система принятия управленческих решений.

Данный метод можно применить в деятельности компании параллельно с выбором логистического посредника, давая при этом оценку будущим возможным капитальным вложениям.

Для оценки возможности использования в дальнейшем стратегии минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру следует воспользоваться методом «точно в срок», то есть рассчитать время выполнения основных логистических операций и спланировать всю цепочку товародвижения. Особое значение для клиентов имеет показатель – точное время доставки, так как данный параметр играет важную роль в эффективности всей цепи поставок.

Рассчитав затраты по данному методу, можно не учитывать издержки на временное хранение и возникновение дополнительных расходов, что так не любит ни один клиент. Это приводит к тому, что происходит сокращение складских расходов и материальных запасов, которые находятся в пути. Доставка рассчитана на четкое движение любого транспортного средства и беспрепятственное взаимодействие с терминалами.

Стоит отметить, что при осуществлении морских перевозок данный параметр подсчитать затруднительно, поскольку четкого графика движения морских судов нет. В связи с этим применение данного метода в мультимодальных перевозках с использованием морского транспорта очень затруднительно, так как в реальности происходит очень много ситуаций, которые приводят к срыву установленных сроков доставки [3].

Общее время перевозки от производителя к конечному потребителю можно получить, суммируя три величины: время движения, время оформления документов (как внутри страны, так и за её пределами на таможенных терминалах) и время, отведенное на погрузо-разгрузочные работы. Все эти величины являются случайными, следовательно, расчет производится с помощью вероятностных

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

характеристик. Поэтому и вводят так называемый «доверительный интервал», который снимает жесткие требования к полученной в итоге цифре. Для подсчета суммарного времени доставки используют среднее время перевозки и среднее квадратическое отклонение.

Таким образом, с помощью приведенных выше методов можно выбрать наиболее эффективную логистическую стратегию для экспедиторской компании малого бизнеса.

Список литературы

1. Карпова Н.П. Логистические стратегии, ориентированные на эффективность / Н.П. Карпова, П.М. Костенко, Ю.А. Миненкова // Концепт. – 2015. – №3. – С. 16–20.

2. Костенко П.М. Логистические стратегии, ориентированные на реактивность / П.М. Костенко, Ю.А. Миненкова, Н.П. Карпова // Концепт. – 2015. – №02. – С. 1–6.

3. Кривошеев А.Ю. Логистическая стратегия построения транспортно-экспедиционной сети / А.Ю. Кривошеев // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – №4 (94). – С. 91–95.

4. Ann M. Brewer. Handbook of Logistics and Supply Chain Management / Ann M. Brewer. – UK.: Emerald group publishing limited, 2016. – P. 578.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)