

А.А. КОРЖЕНГУЛОВА,¹
к.э.н., профессор.
К.Т. ТАЙГАШИНОВА,¹
д.э.н., профессор.
В.Л. НАЗАРОВА,¹
д.э.н., профессор.
Алматинская академия
экономики и статистики¹

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И СОСТОЯНИЕ ЛОГИСТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

Рынок логистики в Казахстане находится на стадии становления и имеет ряд национальных особенностей в сравнении с зарубежными рынками. Природа логистических услуг непосредственно связана с менеджментом закупок, снабжения, хранения грузов, товаров и материалов. Эффективно выстроенная система движения товаров от места их транспортировки до пункта доставки конечному потребителю определяет оптимальность производственного и сбытового процессов. В применении к бизнесу и производству логистическая система призвана снижать финансовые и временные расходы организаций. В развитии рыночной стратегии, в управлении производственными процессами, в логистике снабжения, производства, сбыта и реализации необходим логистический менеджмент. Информация, подготовленная управленческим учетом, необходима логистическому менеджменту для принятия управленческих решений по оптимизации затрат. В статье раскрываются аспекты развития и состояния логистики за рубежом. Рассмотрен опыт Японии, США, Франции, Германии, России, сделаны рекомендации по развитию логистики Казахстана. Авторами проведен анализ определений термина «логистика» зарубежными учеными и специалистами и сделан вывод, что она представляет собой более широкую категорию, чем маркетинг, многие из основных функций маркетинга перешли к логистике. Одним из подтверждений этого может служить создание на ряде фирм логистических структур, поглотивших ранее функционировавшие подразделения маркетинга.

Ключевые слова: логистика, управленческий учет, логистический менеджмент, оптимизация затрат, эффективность, маркетинг.

В Казахстане логистика и транспорт являются одним из приоритетных направлений реализации Стратегии «Казахстан–2050». Ценность стратегии заключается в ее актуальности, исходя из географического местоположения страны. Международные организации рассматривают Казахстан как территорию для формирования международных коридоров. Можно с уверенностью заявить, что транспорт в Казахстане – один из приоритетных аспектов развития. Прежде всего речь идет о максимальном использовании территории Таможенного союза для транспортировки наших грузов [1].

В современных условиях актуальность исследования развития и состояния логистики за рубежом как никогда своевременна. Логистика в условиях формирования рынка используется повсюду – в области снабжения и сбыта, в торговле, на транспорте, в промышленности – в процессе производства продукции и ее реализации.

Одним из первых предугадали практический потенциал логистики американские специалисты Пол Конверс и Питер Дракер. Они определили ее потенциальные возможности как «последний рубеж экономии затрат» и «неопознанный материк экономики». Впоследствии их точку зрения разделили многие теоретики логистики. Такие американские ученые, как М. Портер, Д. Сток, полагают, что логистика вышла за границы ее традиционного узкого определения и имеет большое значение в стратегическом управлении и планировании фирмы (компании) [2].

В своих исследованиях профессор Г. Павеллек и сотрудники Национального совета США по управлению материальным распределением, определяя сущность логистики, акцентируют внимание на управленческом аспекте. Логистика, по их мнению, – это планирование, управление и контроль поступающего на фирму, компанию обрабатываемого там и покидающего это производство потока материальной продукции и соответствующего ему информационного потока.

В своих исследованиях К.Т. Тайгашинова пишет: «Для японцев логистика – единственный способ сокращения затрат» [3, с. 90]. Сокращение затрат на производство – это основной показатель в увеличении дохода предпринимателя. Развитие жесткой рыночной стратегии требует совершенства производственного процесса технологии производства.

В Японии и западных странах доля расходов на материально-техническое обеспечение и транспортировку составляет до 20% валового национального продукта, или 30–40% стоимости конечного продукта. Почти половина этих расходов приходится на хранение и содержание запасов материальных ресурсов [4, 5].

Исследование японской системы «Канбан», означающей на практике деятельность «без запасов», так как товар с предыдущей стадии поступает на следующую «точно в срок», оговоренный в контрактных документах, подтверждает: достичь этого было бы невозможно без внедрения логистических систем. В переводе «канбан» означает «специальный документ», «запись» или «табличка», «сигнальная карточка», информация на которую записана в компьютерном режиме. Она отражает необходимость поставки материалов в производстве либо произведенных товаров для реализации.

Интерпретация понятия «канбан» относится к любой системе, работающей без производственных, сбытовых и товарных запасов, система управления которыми основана лишь на сроках и объемах заказов, ритмичности поставок продукции и учете их в нестандартном для Казахстана документе-карточке «Канбан». Сущность системы «Канбан» заключается в том, что на все производственные участки завода, включая линии конечной сборки, строго по графику поставляется именно то количество сырья, материалов, комплектующих деталей и узлов, которое действительно необходимо для ритмичного выпуска точно определенного объема продукции. Средством для передачи приказа о поставке определенного количества конкретных изделий служит сигнал – ярлык в виде специальной карточки. Эту систему в силу специфического характера решаемых задач можно отнести к внутрипроизводственной логистической системе. Наиболее ощутимы преимущества системы «Канбан» в автомобильных фирмах Японии. Так, стоимость запасов деталей на каждый выпускаемый автомобиль у американских фирм достигает 500 долл., а у «Тойоты» – 77 долл. Система «Канбан» позволяет выпускать продукцию высокого качества с минимальными затратами. Это существенно повышает ее конкурентоспособность, особенно на внешних рынках [6, 7]. По мнению специалистов в области управления, рост производительности труда на фирмах японской промышленности во многом обязан не столько внедрению новой технологии и использованию большого числа роботов, сколько хорошо продуманным методам логистического управления снабжения производством и сбытом.

В немецкой науке под логистикой подразумевается процесс планирования, реализации и контроля эффективных и экономических с точки зрения затрат перемещения и хранения материалов, готовой продукции, а также связанной с ними информации о поставке товаров от места производства до места потребления в соответствии с требованиями клиентуры. Поставка – это процесс снабжения ТМЗ для обеспечения процесса производства. В связи с этим логистика и ее операции проводятся не только в снабжении ТМЗ, но и в производстве продукции, ее сбыте, реализации.

Доктор Штабенау (Германия) выделяет четыре фазы в развитии гражданской логистики: «Первую фазу развития логистики в США в 60-х годах связывают с оптимизацией распределения продукции, называя эту фазу физикой распределения, – в итоге создается специальный комитет по «физическому» распределению. В это время в США изменился рынок покупателей и продажи, родилась современная философия маркетинга. Сервис поставок – надежность и устойчивость доставки товаров – приобрел решающее значение в стратегии рынка.

Вторую фазу развития логистики связывают с японским наступлением в сфере производства и торговли, особенно в области автоматизации и робототехники. Европейский и американский ответ на экономическую агрессию Японии проявился в повышении качества технологии при подготовке заказов. Отсюда стремление к интеграции планирования и управления производством и распределением.

Третья фаза логистики проходит в настоящее время. Реализуется одна из основных целей логистики – доставка грузов «точно в срок» с широким использованием электроники и оптимизации производства. На этом этапе проявляются элементы целостного выражения логистики.

Четвертая фаза – будущая логистика» [8, с. 9].

Последняя фаза определяет взаимосвязь логистики с управлением и нетрадиционным управленческим учетом, оперативным внутренним учетом и вместе с тем созданием высокого уровня автоматизации, электронной интегрированной логистики.

1. Будущая логистика должна рассматривать всю совокупность не только материальных, информационных, грузовых и финансовых потоков, но и деятельность в сфере производства, то есть заготовление, производство, реализацию произведенной продукции и услуг, снижение их издержек, одним словом, получение и наращивание дохода в каждом процессе, сфере деятельности, затем в целом по фирме и компании.

2. Будущая логистика должна быть взаимосвязана с нетрадиционным управленческим учетом, чтобы обеспечить информацией на любом уровне руководство для принятия управленческих решений.

3. В этой связи менеджмент, на наш взгляд, должен быть «логистическим менеджментом» в целях эффективного управления снабжением производством и реализацией.

4. Будущая логистика, на наш взгляд, должна быть «эффективной логистикой», а для этого следует учитывать издержки, которые будут называться логистическими затратами, логистическими расходами, в целях их сокращения и наращивания дохода [9, с. 44].

Специалисты обратились к логистике для улучшения и стабилизации экономики как одной из форм эффективной интеграции снабжения, производства, транспорта и сбыта.

Специалист по управленческому учету К. Друри пишет: «...отпадает необходимость в перемещении полученных материалов в складские помещения, поскольку их доставляют в цеха... И цены будут идентичны, методы *fifo* и *lifo* отпадают» [9].

Американские и французские ученые и специалисты в области логистики отдают предпочтение экономической стороне логистики и трактуют ее как «... совокупность различных видов деятельности с целью получения с наименьшими затратами необходимого количества продукции в установленное время и в установленном месте, в котором существует конкретная потребность в данной продукции» [10].

Более расширенное толкование «логистики» проводили французские специалисты Э. Мате и Д. Тиксье, которые подразумевают под ней «способы и методы координации отношений фирмы с партнерами, средство координации предъявляемого рынком спроса и выдвигаемого компанией предложения... способ организации деятельности фирм (компаний), позволяющий объединить усилия различных единиц, производящих товары и услуги, с целью оптимизации финансовых, материальных и трудовых ресурсов, используемых фирмой для реализации своих экономических целей». Э. Мате и Д. Тиксье считали, что «...логистика находится в самом сердце осуществляемого компанией в различных областях выбора, в центре предпринимаемых действий; несомненно, она представляет собой важный фактор разработки общей политики фирмы» [8].

В исследовании проблем логистики не остались в стороне английские ученые Д. Бенсон и Дж. Уайтхэд, как они утверждают, что логистика охватывает исследование и прогнозирование рынка, планирование производства, закупку сырья, материалов и оборудования, включает контроль за запасами и ряд последовательных товародвиженческих операций. Вместе с тем английские ученые М. Кристофер и Г. Уилс считают, что логистика эффективна не только на уровне фирм, но и на отраслевом уровне [9]. Логистика в отраслях промышленности, строительства, на транспорте, в аграрии применяется за рубежом [8].

Логистике, полагают они, должны принадлежать решения по общеэкономическому процессу каждой отрасли, включая вопросы размещения фирм (компаний) и их сферы деятельности, процессов заготовления, производства, реализации и сбыта.

Развитие рыночной экономики и обострение конкуренции в 80–90-х гг. прошлого столетия потребовали более точной увязки логистики со стратегическими целями фирм, а также активизации роли логистики в повышении гибкости производства фирм, их способности быстро реагировать на рыночные сигналы. В связи с этим главной задачей логистики стала разработка тщательно взвешенного и обоснованного предложения, которое способствовало бы достижению эффективного управления метода поставки «точно в срок», а затем и метода «Канбан». Последнее позволит реально достичь снижения затрат по доставке и складированию, что по-

ложительно повлияет на снижение запасов, необходимых для производства продукции, так как ТМЗ потребляет каждый товаропроизводитель и в целом вся фирма или организация [10].

В России логистику оценивают неоднозначно. Однако формирование рыночных отношений, предпринимательство, самостоятельно осуществляющее деятельность на рынке, резко повысили актуальность логистических систем, так как участники рыночных отношений движутся фактически в потемках, не имея достаточной информации о перспективах развития инфраструктуры рынка, средств производства и инструментов, поиске необходимых ресурсов с минимальными затратами, контроле и наибольшей эффективности управления работой фирмы (компаний), повышении ее рыночной доли и получении преимуществ перед конкурентами. Наши исследования показали, что определения логистики отражают как управленческий, так и экономический аспекты. Профессор Пфоль увязывает воедино процессы планирования и контроля движения материальных ценностей с сокращением затрат на их перемещение и информационное обеспечение, причем оперативное информационное обеспечение, способствующее принятию управленческих решений [7].

Довольно в большей части определений логистики подчеркивается ее оперативно-финансовый аспект. Оперативность системы логистики исходит из времени расчета партнеров по сделке и деятельности, связанной с движением, перемещением и хранением материалов, полуфабрикатов и готовых изделий в хозяйственном обороте, с момента уплаты денег поставщику до момента получения денег за доставку конечной продукции потребителю (то есть клиенту). Последнее в денежном измерении подвергается учету, и этот учет обеспечивает управленческий учет.

Нами проведен анализ определений термина «логистика» зарубежными учеными-специалистами, и мы пришли к выводу, что она представляет собой более широкую категорию, чем маркетинг, многие из основных функций маркетинга перешли к логистике. Одним из подтверждений этого может служить создание на ряде фирм логистических структур, поглотивших ранее функционирование подразделения маркетинга.

Однако, на наш взгляд, следует отметить, что трактовки логистики справедливо выделяют те или иные ее стороны, однако упускается из виду важнейший аспект логистики – возможность влиять на стратегию корпорации и на создание новых конкурентных преимуществ для фирмы на рынке услуг, т.е. на ее конечные цели. Этот аспект находит отражение во втором подходе по определению логистики [9, с. 45].

Сейчас на рынке логистических услуг Казахстана можно наблюдать явление консолидации грузов, то есть их объединение при доставках мелких партий оговоренных грузов. В этом случае на склад поступают грузы, предназначенные для одного или нескольких потребителей. Данная логистическая услуга заключается в формировании консолидированной партии, которая доставляется в один город. Благодаря такому приему значительно сокращаются транспортные расходы. Плата за доставку в зависимости от объема груза распределяется на всех участников консолидированной поставки.

По нашему мнению, для того чтобы сделать вывод о правомерности отнесения тех или иных затрат на себестоимость продукции или непосредственно на прибыль, необходимо отнестись исходить из сущности себестоимости как экономической категории и показателя, характеризующего хозяйственную деятельность организации, а также его значения в управлении производством. Включаемые в состав себестоимости затраты должны носить общественно необходимый характер, должны быть связаны с неосновной деятельностью организации и иметь непосредственное отношение к созданию стоимости [10, с. 8].

В целях принятия управленческих решений используются инструменты управленческого учета – релевантная информация об ожидаемых затратах и доходах, которая в зависимости от различных вариантов принятия решения может меняться и отличаться. Релевантный подход к анализу затрат предприятия в системе принятия управленческих решений предполагает сосредоточение внимания только на релевантных затратах, а представление релевантной информации должно основываться на базе форм отчетности второго уровня (оперативный учет), тщательно составленных для целей управления. Таким образом, повысится возможность получить результаты эффективного отбора расходов для целей управления и ускорить процесс принятия управленческих решений в целом и по отдельным видам деятельности [11].

Вместе с тем в логистике должна быть отработана определенная система. Исходя из функции логистики, можно выделить снабжение, производство, сбыт, распределение, доставку, складское хозяйство. Цель реализации этих систем даст возможность снизить себестоимость производимой продукции. Как известно, удельный вес материальных затрат в каждой компании, организации составляет от 40 до 50% общего объема затрат. В условиях формирования рыночной экономики необходимо использовать приемлемый опыт не только зарубежных стран, но и рекомендации российских и казахстанских ученых в этой области. Перед управляющими и менеджерами организаций возникнут проблемы изучения логистических систем и применения методов логистики. Основными объектами логистики являются склады и складское хозяйство, снабжение, производство и транспорт, информация по содержанию складов и сокращение издержек на их содержание, поставки методом «точно в срок». Внедрение этих методов, в частности поставок «точно в срок», даст определенные возможности сокращения себестоимости поставляемых ТМЗ.

Менеджерам необходимо изучить вопросы «управления создания запасов» и «управления содержанием запасов» [12]. Рыночные законы уже сегодня требуют этих знаний, знаний логистики. Более того, их нужно постоянно совершенствовать, и уже через 10–15 лет достичь осуществления метода поставки «точно в срок», а затем и метода «Канбан». Последнее позволит реально достичь снижения затрат по доставке и складированию, что положительно повлияет на снижение запасов, необходимых для производства продукции, так как ТМЗ потребляет каждый товаропроизводитель и в целом вся фирма или организация. Поэтому во всем народном хозяйстве Казахстана необходимо внедрить нетрадиционный управленческий учет, цель которого – постоянное снижение издержек, увеличение дохода.

В результате наши исследования показали, что западные ученые утверждают: стратегическое планирование на основе логистики – наиболее мощный инструмент в борьбе компаний, фирм со своими конкурентами, так как внедрение механизма логистического управления способствует экономии финансовых и всех материальных запасов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан–2050»: новый политический курс состоявшегося государства». 14 ноября 2012 г.: www.akorda.kz.
- 2 Майкл Портер. Конкуренция. – Вильямс, 2005. – 608 с.
- 3 Тайгашинова К.Т. Управленческий учет логистических издержек. (управление товарно-материальными запасами). Часть 1: учеб. пособие. – Алматы: Экономика, 2006.
- 4 Курицин А.И. Управление в Японии: организации и методы. – М.: Наука, 1991. – 171 с.
- 5 Как работают японские предприятия / под ред. Я.М. Мондена, Р. Сибакковы, С. Такаянаги, Т. Нагоо. – М., 1998. – 382 с.
- 6 Исакова Каору. Японские методы управления качеством. – М.: Экономика, 1998 – 121 с.
- 7 Спандарьян В.В., Спандарьян М.В. Автомобильная промышленность Японии. – М.: Наука, 1989. – С. 64.
- 8 Логистика: проблемы и перспективы // Тезисы докладов научно-практического семинара. – Москва, 1989.
- 9 Друри К. Введение в управленческий учет: учеб. пособие для вузов: пер. с англ. / под ред. Соколова Я.В. – 2 изд. Стереотип. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 446 с.
- 10 Тайгашинова К.Т. Система развития управленческого учета: логистические затраты, их классификация, сервис логистических услуг: монография. – Алматы: Экономика, 2014. – 212 с.
- 11 Назарова В.Л. Стратегическая управленческая отчетность и проблемы ее формирования // Журнал «Статистика, учет и аудит». – 2018. – С. 8.
- 12 Корженгулова А.А. Management of enterprise costs based on relevant information. Scopus ISSN 0798–1015 // Journal Espacion. Vol. 38(49). 2017. P. 2.

Аңдатпа

Қазақстандағы логистика нарығы қалыптасу сатысында және шетелдік нарықтармен салыстырғанда бірқатар ұлттық ерекшеліктерге ие. Логистикалық қызметтердің табиғаты сатып алу, жабдықтау, жүктерді, тауарлар мен материалдарды сақтау менеджментімен тікелей байланысты. Тауарларды тұтынушыға тасымалдау орнынан белгіленген пунктке дейін жеткізу тиімді құрылған қозғалыс жүйесі өндірістік және өткізу процестерінің оңтайлылығын анықтайды. Бизнеске және өндіріске қолданғанда логистикалық жүйе ұйымдардың қаржылық және уақытша шығындарын азайтуға бағытталған. Нарықтық стратегияны әзірлеу кезінде осы процестерді басқаруда жеткізу, өндіру, маркетинг және сату логистикасында логистикалық басқару қажет. Басқарушылық есеппен дайындалған ақпарат – шығындарды оңтайландыруда, басқару шешімдерін қабылдау кезінде логистикалық менеджмент үшін қажет. Мақалада шет елдердегі логистиканың даму аспектілері көрсетілген. Жапония, АҚШ, Франция, Германия, Ресей тәжірибелері қарастырылып, Қазақстанның логистикасын дамыту бойынша ұсыныстар жасалды. Авторлармен шетелдік ғалымдар мен мамандардың «логистика» терминінің анықтамаларына талдау жүргізілді және маркетингке қарағанда кең санат болып табылады деген қорытынды жасалды, негізгі маркетингтік функциялардың көбісі логистикаға ауысты. Бұдан бұрын маркетинг бөліміне бұрыннан келген көптеген фирмалардағы логистикалық құрылымдарды құрудың дәлелі болып табылады.

Тірек сөздер: логистика, басқаруды есепке алу, логистикалық менеджмент, шығындарды оңтайландыру, тиімділік, маркетинг.

Abstract

The market of logistics in Kazakhstan is at a stage of formation and has a number of national peculiarities in comparison with the foreign markets. The nature of logistic services is directly connected with management of purchases, supply, storage of freights, goods and materials. Effectively built system of the movement of goods from the place of their transportation to point of delivery to the end user defines optimality of production and marketing processes. In business and production logistic system is designed to cut financial and temporary expenses of the organizations. Logistic management is necessary in the development of market strategy, in management of these processes, in logistics of supply, production, sale and realization. Information prepared by management accounting is necessary for logistic management in adoption of administrative decisions in optimization of expenses. The article reveals aspects of development of a condition of logistics abroad. The experience of Japan, the USA, France, Germany, Russia is considered, recommendations after development of logistics of Kazakhstan are made. The authors have carried out the analysis of definitions of the term “logistics”, foreign experts and specialists have come to a conclusion that it represents broader category, than marketing, many of the main functions of marketing have passed to logistics. One of confirmations is the creation of the logistic structures in a number of firms which have absorbed earlier functioning of division of marketing.

Key words: logistics, management accounting, logistic management, cost reduction, efficiency, marketing.