

УДК 338.242

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ КООРДИНАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Игорь Викторович Кондраков

кандидат экономических наук, доцент

kondrakov_iv@mail.ru

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

г. Тамбов, Россия

Аннотация. В современных условиях развития экономики, актуализируются вопросы оптимизации логистических операций, от которых во многом зависит не только цена товара, но и экономические результаты деятельности предприятия, удовлетворенность потребителей, а также устойчивость национальной экономики. В практике современных предприятий существует множество подходов, оказывающих влияние на результаты логистики. В данной работе предложен вариант использования логистической координации в качестве инструмента совершенствования логистики и фактора снижения логистических затрат.

Ключевые слова: логистические операции, прибыль, национальная экономика, инструменты развития.

В условиях санкций российская экономика сталкивается с множеством проблем, результатом которых является рост цен на товары, дефицит, нарушение системы поставок, снижение эффективности логистики и т.д. В результате это отрицательно влияет на покупательскую способность и общий товарооборот [2].

Одной из существенных проблем, является рост логистических затрат по причине развития сложных логистических цепочек. Это актуализирует задачу повышения качества логистических операций, и как результат- повышение эффективности коммерческих предприятий. В практике современных предприятий, существует множество логистических инструментов, влияющих на конечный результат. В данной работе предложен механизм использования логистической координации, как инструмент развития логистики [1].

Логистическая координация представляет собой центральный управленческий процесс, обеспечивающий синхронизацию и интеграцию деятельности всех участников логистической цепи для достижения общих стратегических целей. В соответствии с теорией, философия логистики ориентирована на конечного потребителя и заключается в обеспечении «7R»: доставки нужного товара (Right Product), в необходимом количестве (Right Quantity), надлежащего качества (Right Quality), в нужное место (Right Place), в установленное время (Right Time), целевому потребителю (Right Customer) с минимальными совокупными затратами (Right Cost). При этом все технологические процессы должны быть подчинены задаче предоставления клиенту высококачественного сервиса.

Для реализации этой комплексной функции логистическая координация структурируется по двум ключевым признакам:

-по охвату деятельности: межфункциональная (внутри компании, между отделами: логистики, закупок, продаж, финансов) и межорганизационная (между независимыми участниками цепи поставок: производителями, поставщиками, дистрибьюторами, ритейлерами);

-по иерархии взаимодействия: горизонтальная (кооперация между фирмами-партнерами на одном уровне, например, между региональными складами) и вертикальная (интеграция между предприятиями разных уровней, например, «производитель – дистрибьютор – розничная сеть»).

Эффективная реализация координации в логистике требует четкого определения ее составляющих:

-субъект – как правило, служба логистики, которая выступает интегратором и арбитром в процессе;

-взаимодействующие стороны – все внутренние и внешние участники (транспорт, склад, закупки, продажи, маркетинг, производство, внешние поставщики и логистические провайдеры);

-объект – конкретные виды совместной деятельности, такие как управление запасами, обработка заказов, складские операции и их взаимосвязь.

При этом процесс координации опирается на мощный инструментарий, который включает:

-совместное планирование – разработка единых планов продаж и операционного планирования (S&OP), позволяющих согласовать прогнозы спроса с производственными и логистическими мощностями;

-стандартизация бизнес-процессов – внедрение единых регламентов и процедур (например, SLAs — соглашений об уровне сервиса) для всех участников цепи;

-информационное взаимодействие – создание единого информационного пространства на основе ERP-систем, WMS, TMS, которое обеспечивает прозрачность данных в реальном времени;

-система ключевых показателей эффективности (KPI) – разработка сбалансированной системы метрик, которые стимулируют все подразделения к достижению общих, а не локальных целей.

Таким образом, основная цель логистической координации – повышение качества взаимодействия между логистическими службами и подразделениями, участвующими в товародвижении.

Наиболее тесное и стратегически важное взаимодействие логистики складывается со службами закупок, продаж и маркетинга. Так, совместные действия отдела логистики и закупок выходят за рамки простого выбора транспорта и включают:

- совместный vendor management – оценку и выбор поставщиков не только по цене, но и по логистической надежности, гибкости и совместимости систем;
- оптимизацию партий заказа и частоты поставок, что напрямую влияет на уровень запасов и складские издержки;
- участие в переговорах по базисным условиям поставки (Инкотермс), чтобы распределить риски и ответственность наиболее эффективным для компании способом.

На уровне взаимодействия логистики с маркетингом и службами продаж критически важными являются следующие результаты:

- формирование конкурентного преимущества через логистический сервис (например, предложение гибких условий доставки и возврата);
- сегментация клиентов и разработка дифференцированных предложений по сервису для разных групп;
- управление спросом, так как акции и промо-мероприятия, инициируемые маркетингом, создают пиковые нагрузки на логистическую инфраструктуру.

Именно на стыке этих функций с их разными целевыми установками и возникают организационные конфликты, которые логистическая координация призвана нивелировать. К основной группе конфликтов относится:

- конфликт в процессе формирования запасов заключается в следующем, маркетинг требует высоких запасов для 100% доступности, финансы — их минимизации для высвобождения финансовых средств, а службы закупки заказывают крупные партии для скидок. В этих условиях логистика ищет

компромисс, внедряя методы точного прогнозирования и управления запасами (например, ABC-XYZ анализ);

-конфликт в процессе создания товарного ассортимента заключается в следующем, службы закупок стремятся к узкому ассортименту и большим объемам для снижения цены, а склад и маркетинг – к широкому ассортименту для удовлетворения спроса и снижению затрат на грузопереработку;

-конфликт на этапе установки условий поставки: Каждый отдел видит оптимальное распределение рисков по-своему. Задача логистики — провести комплексный анализ затрат и предложить решение, минимизирующее общие логистические издержки, а не локальные.

Основным звеном в логистической цепи является склад. В нем сходятся все противоречия, но и при этом наиболее ярко проявляется координация. Эффективность применения координации на этапе грузопереработки сводится к следующему:

-внедрение систем WMS, механизация и автоматизация погрузочно-разгрузочных работ, использование паллетного и стеллажного оборудования, что позволяет сократить время на обработку груза и количество операций;

-рациональное планирование зон хранения, увеличение полезного объема и высоты склада, максимизация оборачиваемости товаров, что снижает потребность в складских площадях;

-обеспечение полной прозрачности и точности данных о состоянии запасов в реальном времени, что является основой для принятия взвешенных решений всеми службами.

Резюмируя, можно сделать вывод о том, что координирующая роль логистики в современном бизнесе возрастает. Для современных коммерческих предприятий, чья маржа постоянно сжимается, возможность увеличить прибыль лишь за счет ценовой накрутки ограничена. Ключевым резервом становится снижение издержек обращения, и именно логистическая координация выступает главным инструментом для этого.

Таким образом, логистическая координация – это не просто функция, а стратегическая компетенция коммерческих предприятий. Она обеспечивает синергетический эффект, который выражается в сокращении общих логистических издержек, оптимизации всех видов ресурсов, повышении производительности, ускорении оборачиваемости и, что самое важное, в росте удовлетворенности клиентов. В конечном счете, именно эффективная координация является краеугольным камнем устойчивого развития и повышения конкурентоспособности коммерческих предприятий.

Список литературы:

1. Топ эффективных подходов к пониманию интересов клиента // Ропшеринг. – URL: <https://ropsharing.ru/blog/kak-ponyat-i-udovletvorit-potrebnosti-klienta> (дата обращения: 19.11.2025)

2. Кондраков О.В., Мишаков В.Ю., Кондраков И.В. Оценка потенциала устойчивого развития промышленного комплекса в регионах//Дизайн и технологии. 2019. № 71(113). С. 103-112.

UDC 338.242

LOGISTICAL COORDINATION AS A TOOL DEVELOPMENT OF COMMERCIAL ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Igor V. Kondrakov

candidate of economic sciences, associate professor

kondrakov_iv@mail.ru

Tambov State University named after G.R. Derzhavin

Tambov, Russia

Abstract. In the current conditions of economic development, the issues of optimizing logistics operations are becoming more relevant, as they have a significant impact not only on the price of goods, but also on the economic performance of enterprises, customer satisfaction, and the sustainability of the national economy. In the practice of modern enterprises, there are various approaches that influence the results of logistics. This paper proposes the use of logistics coordination as a tool for improving logistics and reducing logistics costs.

Keywords: logistics operations, profits, the national economy, and development tools.

Статья поступила в редакцию 09.12.2025; одобрена после рецензирования 20.12.2025; принята к публикации 29.12.2025.

The article was submitted 09.12.2025; approved after reviewing 20.12.2025; accepted for publication 29.12.2025.