

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ЛОГИСТИКИ

ПРАКТИКУМ

по дисциплине «Международная логистика»
для студентов специальности 1 -26 02 05 Логистика



Брест 2022

УДК 339.9

Методические указания по дисциплине «Международная логистика» предназначены для студентов специальности «Логистика» БрГТУ дневной и заочной форм обучения с целью оказания помощи при изучении дисциплины.

Методические указания содержат планы практических занятий и рекомендации к работе с заданиями.

Составители: Медведева Г. Б., заведующий кафедрой экономической теории и логистики, кандидат экономических наук, доцент

Станкевич Д. В., старший преподаватель кафедры экономической теории и логистики

Рецензент: Петрукович Д. А., кандидат пед. наук, доцент, заведующий кафедрой философии и экономики БрГУ им. А. С. Пушкина

ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКИ

Занятие 1.1

Контрольные вопросы

- 1) Какое основное различие между логистикой и международной логистикой существует? Что такое международная логистика? Что является объектом изучения международной логистики?
- 2) Определите цели и участников международной логистики.
- 3) Что включает в себя управление международными цепями поставок? Какие методы решения логистических задач можно использовать при управлении международными цепями поставок?
- 4) Как функциональные циклы глобальной и внутринациональной логистики различаются по продолжительности и каково влияние этих различий на логистическое планирование?
- 5) Объясните, почему многоязычность мировой экономики затрудняет логистическую деятельность.
- 6) Почему глобальные операции требуют более гибкой логистической инфраструктуры, нежели операции на внутреннем рынке?
- 7) Каковы основные сложности координации запасов готовой продукции, необходимых для обслуживания международных рынков? Каким образом преодолеваются эти сложности?
- 8) Что такое глобализация экономики? Почему глобализация рассматривается как основной фактор развития международной логистики? Что является источником глобализации мировой экономики?
- 9) Почему экономический рост в мировой экономике является фактором развития международной логистики?
- 10) Почему формирование глобальных цепочек поставок в мировой экономике является фактором развития международной логистики?
- 11) Почему регионализация экономики в мировой экономике является фактором развития международной логистики?
- 12) Почему дерегулирование финансов и транспорта в мировой экономике является фактором развития международной логистики? Опишите основные изменения, связанные с дерегулированием транспорта, которые содействовали росту мировой торговли.
- 13) Охарактеризуйте этапы региональной интеграции.
- 14) Охарактеризуйте интеграционные процессы в странах Европы. Как региональный фактор усиливает тенденцию к глобализации?
- 15) Какие изменения, предусмотренные концепцией единого европейского рынка, оказывают влияние на международную логистику?
- 16) Как вы понимаете сочетание «маклардорские операции»?

Задание 1. Кейс «Глобализация логистики»

Миннесота Майнинг (ММ) является иллюстрацией примера успешно действующей глобальной компании. Примерно 50 % поступлений на счета компании осуществляются от деятельности зарубежных филиалов и предприятий. ММ действует в 55 странах, где на ее предприятиях трудятся более 90 тыс. человек.

Продукция компании – это более 60 тыс. наименований. Большое внимание компания уделяет НИОКР, регулярно затрачивая на исследования и разработки более 6 % от суммы всех поступлений. Компания проповедует принцип глобальной стратегии по всему земному шару. В странах Западной Европы ММ производит и реализует только ту продукцию, которая является результатом последних достижений науки и техники, включая технические новинки машиностроения и космических технологий. В Европе у компании действуют 50 межрегиональных центров, созданных на паритетных началах с местным капиталом.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе ММ имеет собственные небольшие производства, изготовляющие некоторую продукцию и компоненты. В Японии у компании крупный научно-исследовательский центр. В Латинской Америке у ММ действуют заводы, продукция каждого из которых строго ориентирована на местный рынок, рынок этой конкретной страны.

Хотя в разных регионах у компании разные стратегии, тем не менее, ММ сформулировала единые основные принципы глобализации своей деятельности:

- быть впереди конкурентов;
- нанимать местный высококвалифицированный персонал;
- в любом месте начинать медленно, с небольших инвестиций, постоянно развиваясь и расширяясь;
- максимум гибкости и оперативной реакции на все новые возможности и новые условия.

Последнее время глобальная стратегия компании сочетается с глобализацией ее маркетинговых и логистических операций. Наличие производств компании в самых разных регионах земного шара потребовало создания единой стратегии и в области логистики. По мнению ММ понимание логистики 90-х годов и начала следующего века – это быть лучше в складских работах, упаковочных работах, обработке транспортной и товаросопроводительной документации, лучше обслуживать клиентов-покупателей, не допуская потерь груза в пути. Еще один путь – устранить излишние логистические издержки.

Одним из лозунгов компании в 90-х годах был лозунг – «Качество – это безотходное производство».

Задание

Какой стратегии придерживается компания?

Увяжите борьбу компании за качество логистических операций с указанным лозунгом.

Задание 2. Кейс «Юнисис Корпорейшин»

Компания «Юнисис Корпорейшин» с капиталом в 8,7 млрд долларов была создана на основе слияния 2-х компьютерных компаний. В настоящее время компания собирается пересмотреть свою политику в отношении операций по логистике в Европейских странах.

«Юнисис» производит и продает компьютерную продукцию, от персональных компьютеров до сложных компьютерных систем. 70 % всего компьютерного оборудования, продаваемого в Европейских странах, производится в США, Канаде, Бразилии и в странах Дальнего Востока.

Внедряя новую политику, компания начала с пересмотра своего положения на теперь уже едином европейском рынке. Анализ процессов организации и осуществления логистических операций показал, что «Юнисис» практически не

контролирует процесс доставки товаров потребителям. В то же время имеются варианты совершенствования деятельности.

Первое – это создание интегрированной электронной системы по управлению доставкой товаров на основе системы ЭДИ (Electronic Data Interchange), применяемой для планирования, контроля за движением, выставления счетов и мониторинга поступающих средств за отгруженную продукцию.

Второе – это необходимость создания компьютеризированной системы прогнозирования уровней производства для планирования производства, расчета спроса и учета поставок комплектующих изделий. Система должна также помочь с управлением запасами.

Третье – «Юнисис» собирается централизовать управление запасами, а для этого можно сократить количество складских помещений. Было определено, что компании достаточно иметь пять основных центральных складов (distribution centers) и 14 небольших перевалочных баз. Таким образом, сократится 72 % складской площади и на 76 % – количество запасов, что сильно удешевит издержки содержания запасов.

И последнее, четвертое – компания решила сократить количество транспортных компаний, задействованных в обеспечении доставки товаров «Юнисис», при этом упор должен быть сделан на автотранспорт.

Задание

Прокомментируйте действия «Юнисис» по совершенствованию своих логистических операций в условиях объединенной Европы.

Задание 3. Расчет вариантов закупки комплектующих товаров в разных регионах мира

В фирму по оказанию логистических консалтинговых услуг обратился менеджер по логистике финской фирмы с вопросом: где его компании выгоднее покупать комплектующие для производимого оборудования: в Европе или в Юго-Восточной Азии (ЮВА)? Эксперт-консультант по логистике собрал исходные данные по нескольким вариантам, произвел варианты ответов и привел их в таблице.

Таблица – Исходные данные

Исходные данные	Значения показателей
У – удельная стоимость поставляемого груза, евро/куб.м	3000
Тт – транспортный тариф, евро/куб.м	105
Пи – импортная пошлина на товар из Юго-Восточной Азии, %	12
Зп – ставка на запасы в пути, %	1,9
Зс – ставка на страховые запасы, %	0,8
Се – стоимость товара в Европе, евро	108
Са – стоимость товара в Юго-Восточной Азии, евро	89

Для решения задачи необходимо:

- 1) рассчитать долю дополнительных затрат, возникающих при доставке товаров из Юго-Восточной Азии, в удельной стоимости поставляемого груза;
- 2) определить разницу между стоимостью товаров в Европе и в Юго-Восточной Азии (принять стоимость комплектующих в Юго-Восточной Азии за 100 %);
- 3) сделать выводы.

ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКИ

Занятие 1.2

Контрольные вопросы

- 1) Сопоставьте два подхода к международной деятельности – с позиций национальной принадлежности и с позиций «предприятия без гражданства» по их влиянию на величину добавленной стоимости для потребителей.
- 2) Какое влияние дифференциация как стратегия усиления конкурентного преимущества фирмы оказывает на развитие глобальной логистики?
- 3) Какое влияние стратегический фокус как направление усиления конкурентного преимущества фирмы оказывает на развитие глобальной логистики?
- 4) В чем различие между глобальной компанией и компанией, просто оперирующей на международных рынках? Приведите примеры глобальных компаний в Республике Беларусь.
- 5) Охарактеризуйте основные способы реализации международных логистических стратегий.
- 6) Опишите основные универсальные модели управления лог операциями в компании.
- 7) Охарактеризуйте рыночные и конкурентные барьеры.
- 8) Охарактеризуйте финансовые барьеры и барьеры дистрибьюции?
- 9) Опишите основные предпосылки развития международной логистики?
- 10) Какие временные фазы жизненного цикла товара должны сокращаться и почему?
- 11) Охарактеризуйте современные тренды международной логистики.

Задание 1. Кейс «Глобализация логистики»

Английская компания является поставщиком оборудования и запасных частей для текстильной промышленности России и некоторых стран СНГ. Основным поставляемым продуктом являются швейные иглы различных видов, чей износ происходит достаточно быстро и требует регулярных поставок из Англии.

Общие объемы поставок быстро изнашивающегося оборудования составляют примерно 350 т в год. Иглы, а также некоторые другие детали, поставляются на швейные предприятия, расположенные в Петербурге, Москве, Новгороде, Иванове и Ярославле. Каждому предприятию в год необходимо до 30 т игл.

Иглы, составляющие почти 90 % всех поставок, и др. детали, требующие регулярной замены, поставляются в Россию партиями весом около 30 т в порт Петербурга и далее переотправляются небольшими партиями весом от 2–3 и до 5 т в пять указанных городов. Поставки осуществляются в небольших контейнерах грузоподъемностью 2,5–5 т железнодорожным транспортом. Рассортировка игл по типам и по партиям осуществляется в Англии перед отправкой в Петербург.

Доставка игл на предприятия часто задерживается из-за дальности расстояния перевозки каждой отдельной поставки из средней части Англии (район г. Лидс) через Петербург в различные города России и перебоев в работе

транспорта в связи с мелкой партийностью поставок из Петербурга в различные города.

Мелкая партийность требует более сложных транспортных затрат, чем если бы груз перевозился крупными партиями. На совещании Совета директоров английской компании обсуждался вопрос о перспективности российского рынка и о возможности расширения операций на нем за счет обслуживания большего количества швейных предприятий-партнеров в России, так как на текстильных предприятиях всегда имеется постоянная нужда в срочной замене швейных игл различных видов и типов.

На совещании отмечалось, что по поступившей из посольства информации, после развала СССР на территории России осталось только одно предприятие, производящее иголки, – в подмосковном городе Подольск. Остальные заводы остались на Украине и в Казахстане.

Сравнительный анализ игл английского производства и тех, которые изготавливаются в России, показал, что швейные предприятия России, работающие на отечественном оборудовании, по крайней мере, частично могут использовать иглы английского производства.

На совещании Совета директоров английской компании было принято решение о создании отделения в России, основными функциями которого была бы концентрация и дальнейшее бесперебойное снабжение в первую очередь иглами, а также другими запасными частями швейных предприятий, с которыми уже заключены соглашения. А также быстрое реагирование на нужды большого количества швейных предприятий, разбросанных по территории европейской части России, в отношении срочной поставки игл и другого изнашивающегося оборудования.

Задание

В соответствии со всем вышеизложенным оцените правильность решения Совета директоров английской компании, исходя из:

- перспективности российского рынка для компании;
- наличия соответствующей нормативной и законодательной базы;
- благоприятности обстановки с точки зрения развития бизнеса.

Решите также вопрос о месторасположении отделения компании, исходя из:

- близости к поставщикам и рынкам сбыта продукции;
- возможности обеспечить быструю и бесперебойную поставку требуемого оборудования потребителям;
- местной обстановки в отношении условий развития бизнеса;
- наличия развитой инфраструктуры.

Определите, стоит ли компании строить собственный склад или арендовать существующие местные мощности.

Ориентироваться ли на осуществление поставок товара клиентуре железнодорожным транспортом или отдать предпочтение автомобильному? В последнем случае приобретать ли собственный автотранспорт или пользоваться услугами российских автопредприятий.

Задание 2. Классификация глобальных компаний

Определите, какие из глобальных компаний, представленных в таблице, являются международными, а какие транснациональными.

Таблица – Исходные данные

Название компании	Отрасль	Принадлежность капитала
International Nickel Company of Canada, Ltd, INCO	Цветная металлургия	Американский, английский и канадский
ExxonMobil	Нефтепродукты	Американский
Mitsubishi Electric	Электрическое оборудование	Японский
Siemens	Бытовая техника	Немецкий
Daewoo Electronics	Электроника	Южнокорейский
JP Morgan Chase	Банковский сектор	Американский
Unilever	Пищевые продукты	Английский, голландский
General Electric	Автомобилестроение	Американский
Ahlers	Логистические морские и судоходные услуги	Бельгийский
Royal Dutch Shell	Нефтегазовая	Английский и голландский

Задание 3. Выбор маршрута доставки

Компании «Производство инкорпорейтед» требуется переправить сборный груз с завода в Сыктывкаре, в Орли (Франция).

Требование заключается в том, что груз должен быть дополнительно оформлен и укомплектован в Москве. Начальство требует снизить логистические издержки до минимума, а также сократить число таможен на пути перевозки груза. Срок доставки не должен превышать 10 дней.

Логистики компании придумали несколько путей доставки груза:

- 1) Москва – Санкт-Петербург – Марсель – Орли.
- 2) Москва – Калининград – Париж – Орли.
- 3) Москва – Париж – Орли.
- 4) Москва – Лион – Орли.

Так как груз должен обязательно попасть в Москву, приведем данные для перевозки Сыктывкар – Москва. При перевозке будет использоваться автотранспорт. Стоимость – 16000 р, время – 2 дня.

Условия доставки груза:

1. Москва – Санкт-Петербург – Марсель – Орли.

Из Москвы до Санкт-Петербурга автомобильным транспортом (тентованный автопоезд).

Из Санкт-Петербурга до Марселя морским транспортом. Прохождение таможенного контроля в Марселе. Документы на перевозку заключаются в Санкт-Петербурге и проверяются в Марселе.

Из Марселя до Орли автотранспортом (тентованный автопоезд).

2. Москва – Калининград – Париж – Орли.

Из Москвы до Калининграда либо автотранспортом, либо железнодорожным транспортом.

От Калининграда до Парижа автотранспортом либо железнодорожным транспортом. Если используется автомобильный транспорт, то груз проходит таможенный контроль в Польше, а затем в Германии. Таможенного контроля

между Германией и Францией нет, потому что обе страны состоят в едином торговом союзе (Евросоюз).

При перевозке груза железнодорожным транспортом от Калининграда до Парижа, таможенного контроля в Польше нет, потому что в таком случае поезд следует по территории Польши без остановок. Таможенный контроль груза проводится только в Германии.

От Парижа до Орли автотранспортом.

3. Москва – Париж – Орли.

От Москвы до Парижа авиаперевозкой. Таможенный контроль проводится в Париже. При выборе авиатранспорта простой груза в аэропортах и на таможне значительно выше, чем при использовании других транспортов. Это связано с тем, что самолёты летают только в полностью загруженном состоянии.

От Парижа до Орли – автотранспортом.

4. Москва – Лион – Орли.

От Москвы до Лиона авиатранспортом. Таможенный контроль проводится в Лионе. От Лиона до Орли – автотранспортом.

Данные, необходимые для расчетов, приведены в таблице.

Таблица – Исходные данные

№ п/п	Операция	Стоимость, руб.	Время, дней
1	Авто Москва – Санкт-Петербург	7000	1
2	Морской Санкт-Петербург – Марсель	50000	10
3	Авто Марсель – Орли	6000	0,5
4	Авто Москва – Калининград	20000	5
5	Ж/Д Москва – Калининград	15000	3
6	Авто Калининград – Париж	30000	4
7	Ж/Д Калининград – Париж (без таможни в Польше)	45000	3
8	Авто Париж – Орли	6500	0,7
9	Авиа Москва – Париж	140000	0,8
10	Авиа Москва – Лион	120000	0,9
11	Авто Лион – Орли	7000	0,8
12	Таможня Питер – Марсель	5000	3
13	Таможня Калининград – Польша	3000	0,5
14	Таможня Польша – Германия	3000	0,5
15	Таможня Калининград – Германия	4500	1
16	Таможня Москва – Париж	6000	2,5
17	Таможня Москва – Лион	6500	2,5

Примечание – Условные обозначения: авто – автотранспорт, Ж/Д – железнодорожный транспорт, морской – морской транспорт, авиа – авиатранспорт, таможня – таможенные операции.

ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКИ

Занятие 1.3

Контрольные вопросы

- 1) Охарактеризуйте международные цепи поставок как объект международной логистики.
- 2) Что такое «улыбающаяся кривая»?
- 3) Каких участников выделяют в эталонной модели международной цепи поставок? Какие функции они выполняют?
- 4) Какие функции на предприятии, включенном в международную цепь поставок, относятся к внутренним?
- 5) Охарактеризуйте суть концепции формирования добавленной стоимости в цепях поставок.
- 6) Для каких целей в международной логистике может применяться SCOR-модель?
- 7) Назовите и охарактеризуйте главные географические факторы, влияющие на формирование международной цепи поставок.

Задание 1. Кейс «Компания «FMCG»

Мировой финансовый кризис 2009 г. заставил многие компании по-новому взглянуть на построение цепочек поставок. Не исключением стала и российская компания, занимающаяся импортом товаров группы FMCG (товары широкого потребления) и дистрибуцией на территории России.

Первоначальные условия, в которых работала фирма, были примерно следующие. Компания существовала на рынке 16 лет. Сектор – парфюмерия класса *mass market*, т. е. товар массового спроса, диапазон цен – 100–600 р. за единицу товара (отпускная цена). Поставщики – производители из стран ЕЭС (Франция, Италия, Великобритания), Латвия. Клиенты – оптовые покупатели практически из всех регионов России и сетевые магазины (АШАН, МЕТРО, российские ритейлеры).

На начало 2008 г. фирма работала с 25 поставщиками – производителями парфюмерии брендов, имеющих различную степень известности на рынке России. Товар отгружался с условиями отсрочки оплаты на 45–90 дней с момента поступления на российскую таможенную. Условием отгрузки от поставщика было максимальное заполнение транспортного средства (фуры или 40-футового контейнера). В общем-то, благая цель (экономия на транспортных расходах) нередко оборачивалась тем, что поставщик «догружал» контейнер или фуру товаром группы С, который в данный момент был у него на складе в свободном остатке. Всего на начало проекта в рабочем прайсе значилось 8500 наименований товаров.

При этом проходя таможенное оформление, фирма, естественно, оплачивала в полном объеме таможенные платежи, пошлину и НДС. Таким образом, пересекая границу, стоимость товара автоматически увеличивалась примерно на 40 %.

Склад в Москве представлял собой помещение площадью 3500 м² с хранением товара в два яруса. Примерно 4–5 месяцев склад был наполовину пуст (межсезонье). Оставшуюся часть года он был либо в стадии наполнения (под сезон) или переполнен. Кроме того, склад выполнял функции предпродажной подготовки товара (переупаковка, комплектование наборов, стикерование и т. п.).

Когда на рынке существенную роль начали играть ритейл-сети, фирма активно включилась в данный сектор рынка продаж. Первоначально предлагали сетям весь ассортимент по принципу «лишь бы зацепиться». В результате в матрицы сетей попали наименования практически всех поставщиков компании. И, как следствие, возникла необходимость 100 %-го наличия на складе их ассортимента.

Кризис в экономике привел к целому ряду негативных для фирмы явлений:

- резкое сокращение размеров кредитования российскими банками;
- практически двукратное повышение стоимости кредитов;
- отказ поставщиков от предоставления длительной отсрочки оплаты, переход на частичную предоплату, сокращение сроков отсрочки оплаты до 30 дней;
- необходимость экономии на всех этапах движения товара;
- повышение требований к качеству и набору складских услуг. В связи с ужесточением условий предоставления кредитов клиентам компании заказы стали меньше. Доля розничного набора резко увеличилась и, как следствие, выросли требования к упаковке. Появилась потребность переупаковки в коробки с меньшей вместимостью и т. п.

В это непростое время, взвесив сильные и слабые стороны своего бизнеса в целом, фирма убедилась, что именно товар класса *mass market* имеет все перспективы успешного продвижения в период кризиса. Поэтому фирма решила воспользоваться ситуацией, существенно увеличить свою долю рынка и выйти в лидеры продаж в своем секторе.

Были реализованы следующие действия:

1. По ассортименту. Был выделен «топовый список» наименований, являющихся основным конкурентным преимуществом компании. Образовался перечень из примерно 400 наименований, поставляемых тремя поставщиками. Данные поставщики были выделены в группу стратегических. С ними были проведены дополнительные переговоры и подписаны новые договоры, содержащие предельно конкретные обязательства с обеих сторон. Кроме того, сформировали группы преимущественных и тактических поставщиков. С каждой из этих групп были также определены условия сотрудничества на долгосрочной основе. В результате осталось всего 12 поставщиков, из которых 3 были обозначены как стратегические, 6 – как преимущественные и 3 – как тактические. При этом общее количество рабочих наименований сократилось до 2500. Именно ассортимент стратегических поставщиков и был предложен для включения в матрицу сетевых магазинов.

2. По складской логистике в Москве. Было подготовлено обоснование целесообразности перевода складской логистики на аутсорсинг. Рассмотрены предложения 25 логистических операторов. В результате с одним из них был

заключен объемный договор, где представители фирмы формализовали все нюансы до мельчайших подробностей.

3. По совершенствованию цепочки товародвижения в целом. Был организован дополнительный консолидационный склад в Риге (Латвия). Данный склад выполнял следующие функции:

- консолидацию мелких (менее 1 фуры или контейнера) поставок от поставщиков. В основном это были товары групп В и С. По мере необходимости формировался полный транспортный пул, и груз отправлялся на центральный склад в Москву. Таким образом, через границу поставлялось ровно столько товара, сколько нужно было на 2–4 недели торговли;

- выполнение дополнительных работ по предпродажной подготовке товара (перепаковка, стикерование, комплектация наборов). Стоимость этих работ в Риге была существенно ниже, чем в Москве;

- предприятие – владелец склада помимо приведенных складских функций выполняло задачи контрактодержателя при поставках заказанных фирмой товаров, т. е. в случае отправки поставщиком товаров на склад в Риге получателем товара являлся ее зарубежный партнер. И если у фирмы не было возможности вовремя произвести очередной платеж за товар, партнер использовал кредитные ресурсы зарубежных банков. Эта же компания при отправке товара в адрес фирмы консолидировала его не только физически, но и документарно. В результате на российскую таможенную приходил товар, оформленный в виде единого документа, а не 6–8 документов по количеству поставщиков товаров, включенных в данный пул. Итоги проведенной работы позволяют сделать вывод, что в современных условиях на рынке побеждают не товары и цены, а оптимально организованные процессы товародвижения.

Задания по кейсу

1. Составьте схему цепи поставок фирмы до и после ее реинжиниринга.

2. Определите недостатки в первоначальной цепи поставок фирмы и их последствия для компании.

3. Перечислите факторы внешней среды, которые, по вашему мнению, в наибольшей степени повлияли на принятие решения фирмой о реинжиниринге собственной цепи поставок.

4. Проанализируйте, каким образом организация консолидационного склада в Риге повлияла на международную логистическую деятельность фирмы.

Задание 2. Кейс «Цепь поставок компании «Марс»

На рисунке представлена сетевая модель цепей поставок компании «Марс», занимающейся оптовой продажей дорожно-уборочных машин, а также поломо- ечных и подметальных машин для уборки различных видов внутренних производственных помещений.

Задание:

1) изучите положение фокусной компании по отношению к границам сетевой структуры. Поясните, какими факторами обусловлено смещение фокусной компании относительно границ целей поставок;

2) проанализируйте горизонтальную и вертикальную структуру представленной сетевой модели цепей поставок компании. Определите поставщиков и потребителей каждого уровня;

3) опишите масштабы международной логистической деятельности компании.

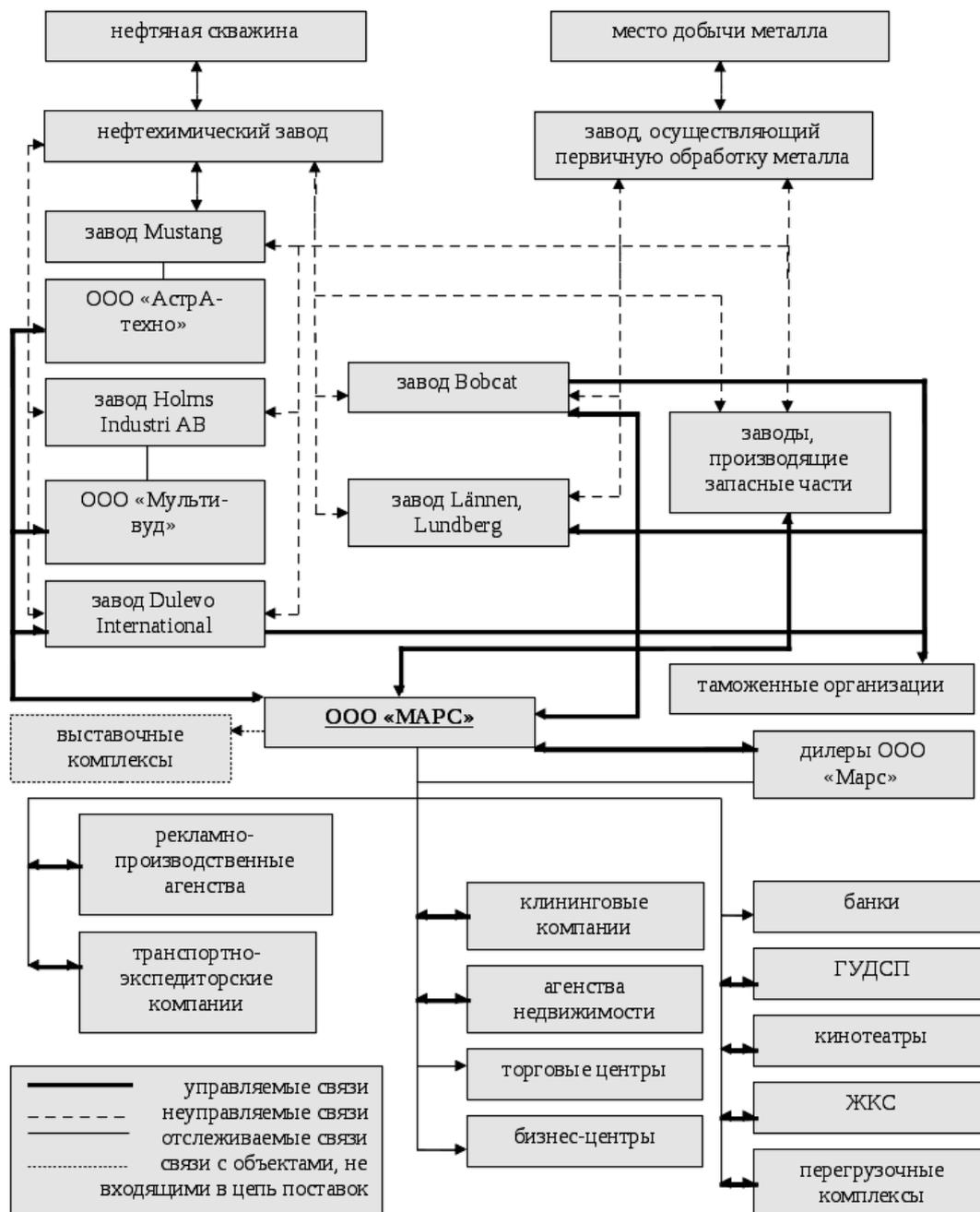
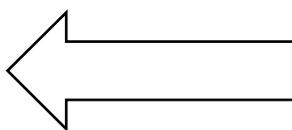


Рисунок – Цепь поставок компании «Марс»

КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ



Для прохождения теста по данной теме отсканируйте qr-код

ТЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКИ

Занятие 2.1

Контрольные вопросы

- 1) Объясните два подхода предприятия к ВЭД. В чем разница между ними с точки зрения логистики?
- 2) Какие факторы определяют выбор стратегии проникновения предприятия на внешние рынки? Как можно выйти на внешние рынки, реализуя продукт на внутреннем рынке?
- 3) Какие существуют способы осуществления экспортных поставок? Сравните их с точки зрения рисков и контроля над процессами.
- 4) Какой экспорт считается косвенным? Какие могут быть мотивы косвенного экспорта? Какие могут быть проблемы в осуществлении косвенного экспорта?
- 5) Какие существуют организационные формы косвенного экспорта? В чем сущность метода «прицепа»? В чем проявляется взаимовыгодность сотрудничества «перевозчика» и «пассажира» при реализации стратегии «прицепа»?
- 6) Когда товаропроизводитель осуществляет прямой экспорт? Какие структуры необходимо при организации прямого экспорта?
- 7) Какие существуют мотивы прямого экспорта? В чем преимущество и недостатки прямого экспорта?
- 8) В чем состоит различие между прямым и непрямым экспортом?
- 9) Каковы мотивы экспортной кооперации? В чем преимущество и недостатки совместного экспорта?
- 10) Какие организационные формы присущи совместной предпринимательской деятельности на внешних рынках?
- 11) В чем сущность контрактного производства? Какие преимущества присущи контрактному производству? Что такое толлинг?
- 12) В чем сущность международного лицензирования? Какие права могут быть предоставлены предприятию в результате получения международной лицензии?
- 13) Какие виды лицензий используются в практике? Какие имеются мотивы использования международного лицензинга?
- 14) В чем сущность франчайзинга? Какие виды франчайзинга обычно используются в практике деятельности фирмы на внешних рынках?
- 15) Какие преимущества международного франчайзинга? Какие проблемы могут быть в процессе реализации франчайзинга?
- 16) Что значит совместное предприятие? Какие имеются мотивы создания совместных предприятий? Какие критерии вы бы использовали для оценки результатов прямой инвестиционной деятельности на зарубежном рынке?
- 17) В чем различие между совместным предприятием и стратегическим союзом?
- 18) Какими главными мотивами руководствуется фирма, принимая решение об открытии производственного предприятия в зарубежной стране?

19) Является ли учреждение собственных дочерних компаний за рубежом подходящим способом развития международного рынка для малых и средних предприятий?

20) Какие основные принципы положены в основу деятельности зарубежной торговой фирмы?

21) Какие имеются мотивы создания зарубежного предприятия? Почему покупка местной фирмы часто является наилучшим способом открытия собственного предприятия за рубежом? В каких случаях этот способ неприемлем в качестве стратегии проникновения?

22) Когда фирма организует сборочное производство? Какие имеются варианты создания зарубежного предприятия?

23) Каков механизм функционирования регионального центра? В чем смысл выделения «страны-лидера» в регионе?

24) Какие основные принципы положены в основу создания и функционирования транснациональных компаний?

25) Почему экспортная стратегия часто считается наиболее простым способом выхода на зарубежные рынки и в первую очередь используется малыми и средними предприятиями?

Задание 1. Кейс «McDonald's + Coca-Cola + Disney».

McDonald's + Coca-Cola + Disney = мощный союз

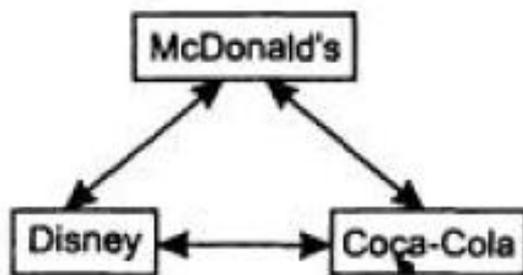


Рисунок – Взаимодействие компаний

McDonald's + Disney

В 1997 г. McDonald's и Disney заключили формальное соглашение об образовании союза с 10-летним сроком действия. Первым плодом сотрудничества стал диснеевский фильм «Флабср», своей популярностью обязанный в том числе организованной в ресторанах McDonald's рекламной кампании. В июле 1998 г. началась демонстрация «Армагеддона», фильма со стомиллионным бюджетом и Брюсом Уиллисом в главной роли, а McDonald's начал продавать билеты и специальный «гамбургер астронавта», предлагавшийся посетителям во всех 23 500 ресторанах компании, рассеянных по всему миру. На этот раз рекламная кампания была обращена не к детям, а к молодежи – тому сегменту, в котором продукция McDonald's пользуется наименьшей популярностью.

McDonald's + Coca-Cola

Этот союз не основывается на каком-либо письменном соглашении – ни клочка бумаги, на который можно было бы сослаться. Несмотря на то что Coca-Cola продает напитки и другим ресторанам, ее роль в отношениях с McDonald's

не сводится к одним лишь поставкам. Coca-Cola помогает своему партнеру развивать бизнес по всему миру. Продукция Coca-Cola продается в два раза большем числе стран, чем продукция McDonald's.

Coca-Cola + Disney

Между этими компаниями организовано не столь широкое, как в предыдущих случаях, но в то же время достаточно продуктивное сотрудничество. С 1955 г. Coca-Cola является обладателем эксклюзивных прав на реализацию напитков в парках Disney, а с 1985 г. действует соглашение о совместном проведении маркетинговых мероприятий. Coca-Cola также оказывает поддержку Disney за рубежом.

Задание

1. В чем преимущество союза Coca-Cola + Disney + McDonald's в условиях глобализации?

2. Каковы могут быть причины распада союза Coca-Cola + Disney + McDonald's?

3. Почему стратегические союзы используются для разработки новых продуктов?

4. При каких условиях выгодно использовать стратегию франчайзинга? В чем разница между этими условиями и условиями, делающими более привлекательным вариант лицензирования?

5. Может ли, по вашему мнению, лицензионное производство использоваться в качестве долговременной стратегии разработки новых продуктов? Рассмотрите этот вопрос в контексте возможной организации внутрифирменных разработок новых продуктов.

Задание 2. Кейс «Baskin&Robbins осваивает новые рынки».

В 1945 г. кондитер Ирвин Роббинс открыл в США свое первое кафе-мороженое. Взяв себе в компаньоны своего родственника Бертон Баскина, они вдвоем продолжали развивать сеть подобных заведений. Уже в 1949 г. в их владении было шесть кафе. Число таких кафе продолжало увеличиваться в последующие годы, и в один прекрасный момент Роббинс и Баскин пришли к выводу, что они не в состоянии на должном уровне осуществлять управление созданным бизнесом. Тогда Баскин и Роббинс решили, что им следует воспользоваться франчайзингом для развития своей предпринимательской деятельности на приемлемых для них условиях с использованием торговой марки Baskin&Robbins.

Современное состояние компании

Компания Baskin&Robbins за короткое время стала одним из крупнейших предприятий, изготавливающих мороженое и кондитерские изделия. Она является настоящей империей сладостей, имеющей около 5000 различных кафе и магазинов, которые расположены более чем в 50 странах мира. На предприятиях компании изготавливается и предлагается потребителям более 7000 сортов мороженого, тортов и десертов.

Быстрое распространение на новые рынки компания Baskin&Robbins осуществила благодаря эффективному использованию франчайзинга. При реализации основных принципов франчайзинга она учитывала особенности каждой

отдельной страны, что позволило компании проникать на самые различные географические рынки. Уже в 1993 г. она открывает свои первые кафе на территории бывшего СССР.

Компания Baskin&Robbins как франчайзер

Как типичный франчайзер компания Baskin&Robbins передает другому лицу или фирме-франчайзи целостную бизнес-систему и предоставляет определенную помощь в организации, создании и развитии бизнеса. Последнее, в частности, предполагает:

- содействие в анализе бизнес-проекта создания кафе (предприятия), включая анализ местных условий, предполагаемого месторасположения, необходимых объемов инвестиций, сроков окупаемости и т. д.;
- содействие в разработке проекта, составлении сметы;
- контроль в ходе строительства кафе;
- поставку основного стандартного оборудования, отделочных материалов и мебели для торгового зала, создающих имидж и неповторимый интерьер кафе;
- бесплатное начальное обучение менеджеров и декораторов тортов в создаваемом Центре по обучению, а для персонала непосредственно на месте будущего кафе;
- помощь в решении текущих вопросов в течение всего срока действия договора;
- регулярные поставки высококачественного мороженого широкого ассортимента и сопутствующих материалов;
- маркетинговую поддержку торговой марки.

Анализ указанной помощи компании Baskin&Robbins и наиболее часто используемых «бизнес-форматов» показывает, что франчайзи наиболее жестко привязан к франчайзеру, это определяется тем, что последний регулирует условия поставки практически готового продукта, а также необходимого оборудования.

Обычно компания Baskin&Robbins осуществляет всестороннюю поддержку своих франчайзи за рубежом. Однако в отдельных странах, например в России, компания отказалась от этой практики. Российским предпринимателям компания свое оборудование не продает в кредит и не предоставляет в лизинг. Максимальная льгота, на которую может рассчитывать местный франчайзи, – это оплата требуемой суммы частями в течение определенного периода.

Обязательства франчайзи

Фирма франчайзи берет на себя ряд обязательств, среди которых следует отметить следующие:

- франчайзи выплачивает франшизный взнос (+ НДС) за право использования торговой марки (обычно в течение пяти лет), величина этого взноса зависит от эксклюзивности прав на данной территории и численности населения;
- франчайзи уплачивает лицензионный взнос;
- ежемесячно расходует не менее 1 % от валового объема продаж на местную рекламу.

Помимо указанных обязательств, франчайзи следует:

- иметь желание создать собственное кафе-мороженое;

- приобрести или арендовать помещение для кафе с площадью торгового зала, желательна около 60–80 м². Месторасположение и наличие коммуникаций играет определяющую роль в выборе помещения для кафе;

- произвести ремонт помещения в соответствии с общепринятым дизайном компании Baskin&Robbins.

Комплект стандартного оборудования, отделочных материалов и мебели для торгового зала приобретается франчайзи у компании Baskin&Robbins.

Как сладости продвигаются на рынок?

Еще на стадии своего становления компания Baskin&Robbins разработала свой фирменный стиль. Узор в розовый и коричневый горошек на белом фоне символизирует шарики вишневого и шоколадного мороженого. Это характеризует сортовое разнообразие, чистоту продукта и радость, которую приносит потребление мороженого. При этом количество сортов, предлагаемых в любое время потребителям, составляет 31 – по одному на каждый день месяца. А основным слоганом компании стал девиз: «Мы продаем не мороженое, а самую настоящую радость».

Задание

1. Какие, на ваш взгляд, основные причины успеха компании Baskin&Robbins на внешних рынках?

2. Почему компания Baskin&Robbins отдает предпочтение франчайзингу?

3. Почему компания Baskin&Robbins использует разные подходы к поддержке своих франчайзи в отдельных странах?

4. Что необходимо сделать компании Baskin&Robbins, чтобы и дальше эффективно развивать свою внешнеэкономическую деятельность?

Задание 3. Выбор поставщика

В Беларуси имеются 2 дилера, расположенные в Гродно и Бресте, которые занимаются реализацией оборудования российских производителей из Москвы и Санкт-Петербурга. В течение года каждый дилер реализует 2000 комплектов.

Таблица – Исходные данные

Город поставщика	Вид продукции	Вес продукции, кг	Стоимость ед. продукции, долл.	Затраты на хранение на ед. продукции (в год)
Москва	оборудование I типа	20	400	15 % от цены оборудования
Санкт-Петербург	оборудование II типа	50	800	

Сравните общие логистические затраты (транспортные и складские) при использовании следующих вариантов доставки оборудования от поставщиков дилерам:

- прямые поставки в полностью груженых автопоездах (загрузка 20 тонн) со складов поставщиков;

- доставка из России 20-тонными контейнерами железнодорожным транспортом до центрального склада в Минске и далее каждому дилеру автотранспортом в виде одной отправки (комплекта оборудования I и II типа) с учетом загрузки, рассчитанной по формуле Уилсона.

Таблица – Тарифы и расстояния

	Наименование показателя	Значение
1	Расстояние перевозки, км: Москва – Брест	1 060
1.1	Москва – Гродно	1 010
1.2	Санкт-Петербург – Брест	1 200
1.3	Санкт-Петербург – Гродно	1 110
1.4	Минск – Брест	360
1.5	Минск – Гродно	290
2	Стоимость доставки железнодорожным транспортом	
2.1	1 контейнера долл.: Москва – Минск	600
2.2	Санкт-Петербург – Минск	700
3	Тариф на перевозку автотранспортом из России в Беларусь, долл./км	1,0
4	Тариф на перевозку автотранспортом по Беларуси, долл/км	0,8
5	Годовая стоимость хранения на СВХ в Минске, долл.	10000

Результаты расчетов занесите в таблицу.

Таблица – Расчет показателей

Вариант 1		Вариант 2	
Количество рейсов в год из Москвы, ед.		Общая стоимость комплекта оборудования, долл.	
Количество рейсов в год из Санкт-Петербурга, ед.		Стоимость доставки ж/д транспортом из России в Минск, долл.	
Стоимость доставки из России в Брест, долл.		Оптимальные затраты при автомобильной доставке из Минска в Брест, долл.	
Стоимость доставки из России в Гродно, долл.		Оптимальные затраты при автомобильной доставке из Минска в Гродно, долл.	
Общая стоимость доставки из России в Беларусь, долл.		Общие оптимальные затраты по доставке автомобильным транспортом, долл.	
Стоимость хранения товара у каждого дилера, долл.		Общая стоимость доставки ж/д и автомобильным транспортом, долл.	
Общая стоимость хранения у дилеров, долл.		Общая стоимость хранения у дилеров, долл.	
Общие логистические издержки по данному варианту, долл.		Общие логистические издержки по данному варианту с учетом хранения на СВХ в Минске, долл.	

Сделать вывод.

ТЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКИ

Задание 2.2

Контрольные вопросы

- 1) Какие способы выхода предприятия на внешние рынки существуют?
- 2) Что является отличительными признаками способов выхода на внешний рынок?
- 3) Какие факторы оказывают влияние на выбор способа проникновения на внешний рынок?
- 4) Каковы разновидности экспорта, их преимущества и недостатки?
- 5) Почему косвенный экспорт находит большое распространение?
- 6) Как можно классифицировать коммерческих посредников?
- 7) Чем отличается международный маклер от агента по международной торговле?
- 8) Как может быть осуществлен прямой экспорт?
- 9) Почему прямой экспорт – наиболее простая форма присутствия на внешнем рынке?
- 10) Чем отличается совместная предпринимательская деятельность от экспорта?
- 11) Какие варианты совместного предпринимательства вы знаете?
- 12) Назовите преимущества и недостатки вариантов совместного предпринимательства.
- 13) В чем отличие лицензирования от экспортной франшизы?
- 14) Как можно создать совместное предприятие за рубежом?
- 15) Чем отличается прямое инвестирование от совместного предпринимательства?
- 16) Какие выгоды может иметь прямое инвестирование за рубежом?
- 17) Какой из способов присутствия на внешнем рынке наиболее рискованный и почему?
- 18) Который из вариантов позволяет присутствовать одновременно на многих рынках с наименьшими затратами и риском?
- 19) Почему компании предпочитают использовать одновременно различные методы и способы присутствия на внешнем рынке?
- 20) Опишите процесс управления МЛ.
- 21) Опишите этапы развития организационных структур управления на международном предприятии.
- 22) Охарактеризуйте классификацию уровней и типов логистических посредников.

Задание 1. Определение времени доставки

Определить время доставки груза минским перевозчиком из Бобруйска (Беларусь) в Шауляй (Литва) автомобильным транспортом в экспортном направлении. На основании приложенной схемы маршрута определить пункты отдыха водителя и время выполнения доставки на основании следующих исходных данных:

- расстояние перевозки 624 км, в том числе по Беларуси – 307 км, по Литве – 317 км;
 - расстояние из Минска до Бобруйска 150 км;
 - время погрузочных работ и таможенного оформления в Бобруйске 8 час.;
 - время прибытия на загрузку из Минска в Бобруйске 08.04.20xx г. к 08.00 час.;
 - время разгрузочных работ и таможенного оформления в Шауляе 6 час.;
 - время таможенного оформления на погранпереходе Каменный Лог 10 час.;
 - средняя скорость движения АТС на маршруте 60 км/час.
- Результаты расчетов свести в таблицу.

Таблица – Результаты расчетов

Населенный пункт	Выполняемое действие	Время начала и окончания	Пройденное расстояние, км	Режим труда и отдыха водителя, час.	
				работа	отдых

Задание 2. Выбор контрагента

Выбрать контрагента из стран-партнеров для осуществления экспортной сделки бальным методом, используя предложенные исходные данные.

Таблица – Исходные данные

Оценочные критерии	Коэффициент	Страны партнеры		
		А	В	С
Торгово-политические связи страной контрагента	0,1	Торговые связи минимальны	Хороший торговый контракт	Устойчивые торговые связи
Конкуренция по данному товару	0,1	Полное отсутствие конкуренции	Низкая рекламная активность	Ценовая война
Коммерческий риск, связанный с реализацией контракта	0,2	Минимальный	Риск, связанный с вывозом прибыли	Риск с доставками
Предполагаемая рентабельность коммерческой сделки	0,1	20 %	10 %	7 %
Финансовое состояние фирмы контрагента	0,2	Стабильное	На грани банкротства	Стабильное
Деловая репутация фирмы контрагента	0,3	Добросовестно выполняет обязательства	Нет сведений	Имели место несвоевременные платежи

Задание 3. Селекция потенциальных рынков

Проведите селекцию потенциальных рынков для организации экспортных поставок телевизоров путем построения карты сегментации стран «Привлекательность – Риски» по следующим критериям:

Факторы привлекательности:

- ВВП на душу населения, долл. США;

- численность населения, тыс. чел.;
- общее количество вещательных станций, шт.;
- распространенность цифрового стандарта вещания, баллы.

Факторы рисков:

- инфляция, %;
- расстояние до столицы, км;
- барьеры для входа на рынок, есть/нет;
- количество конкурентов, шт.

Описание графического метода построения карты сегментации стран «Привлекательность – Риски»

Для построения карты сегментации стран «Привлекательность – Риски» необходимо выполнить следующую последовательность действий:

1) Определить перечень параметров для сравнения стран по факторам привлекательности, т. е. с точки зрения перспектив освоения их рынка, и факторам рисков, которые будет нести компания при принятии решения об организации работы на этих рынках. Для анализа следует использовать как общие параметры, свидетельствующие об уровне экономического развития страны в целом, так и специфические, позволяющие оценить ситуацию в конкретной отрасли.

Таблица – Профили стран по факторам привлекательности и рисков

Фактор	Россия	Украина	Казахстан	Польша	Азербайджан	Литва	Молдова	Эстония	Латвия	Болгария
Привлекательность										
ВВП на душу населения, долл. США	14800	7900	11100	16300	7700	17700	2900	21100	17400	11300
Численность населения, тыс. чел.	143782	47732	15143	38626	8483	3440	3400	1340	2245	7262
Общее количество вещательных станций, шт.	74	69	32	40	2	27	40	29	28	39
Распространенность цифрового стандарта вещания, баллы	8	7	7	10	6	9	6	9	7	6
Риски										
Инфляция, %	11,9	9,4	7,3	6,8	10,5	4,2	11	4	3,3	1,6
Расстояние до столицы, км	700	433	4630	545	2244	180	767	635	450	1275
Барьеры для входа на рынок, есть/нет	нет	нет	нет	нет	нет	есть	есть	нет	есть	есть
Количество конкурентов, шт.	8	7	8	6	7	6	4	8	8	6

Количество параметров для оценки факторов привлекательности и факторов рисков должно быть равным.

2) Определить балльные оценки параметров профиля стран.

Поскольку информация, полученная в ходе исследования, не всегда сопоставима и часто содержит, наряду с балльной оценкой, и натуральные единицы измерения, необходимо весь информационный массив оценить по 10-балльной шкале. При этом максимальное значение каждого отдельного параметра среди всех исследуемых стран оценивается 10 баллами. Значения этого же параметра для остальных стран пересчитываются пропорционально его наибольшему значению.

3) Определить суммы баллов по факторам привлекательности и факторам рисков для каждой из исследуемых стран.

4) Построить карту сегментации стран.

Первоначально определяется диапазон шкал осей карты.

Максимальное значение по осям (MAX) при этом рассчитывается по приведенной ниже формуле

$$\text{MAX} = K \times 10, \quad (2.1)$$

где K – количество параметров для оценки каждой группы факторов (привлекательности и рисков);

10 – максимально возможный балл для оценки фактора.

Пересекаться оси будут соответственно в точке с координатами $[\text{MAX}/2; \text{MAX}/2]$.

Общий вид карты сегментации стран представлен на рисунке ниже.

1) Определить местоположение исследуемых стран на карте сегментации.

Координатами точек местоположения стран выступает сумма баллов по факторам привлекательности (ось Ox) и факторам рисков (ось Oy).

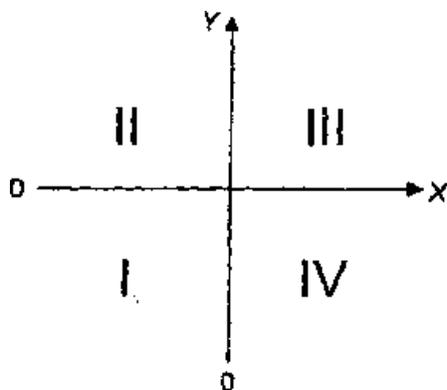


Рисунок – Общий вид карты сегментации стран

2) Выбрать наиболее предпочтительные рынки среди исследованных стран.

Наиболее предпочтительными можно считать страны, характеризующиеся уровнем привлекательности выше среднего по выборке и уровнем рисков ниже среднего по выборке, т. е. размещенные в **IV квадранте** построенной карты сегментации.

Задание 4. Селекция потенциальных рынков

Проведите селекцию потенциальных рынков для организации экспортных поставок ароматических свечей путем построения карты сегментации стран «Привлекательность – Риски» по следующим критериям:

Факторы привлекательности:

- 1) ВВП на душу населения, долл. США;
- 2) индекс развития человеческого потенциала;
- 3) импорт товаров и услуг в процентах от ВВП;
- 4) емкость рынка.

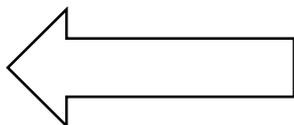
Факторы рисков:

- 1) уровень безработицы, %;
- 2) инфляция по ценам на потребительские товары, %;
- 3) уровень конкуренции на местном рынке;
- 4) тарифные и нетарифные барьеры, баллы.

Информация о потенциальных рынках сбыта была собрана в ходе кабинетных исследований и представлена в таблице.

Таблица – Профили стран по факторам привлекательности и рисков

Страна	Привлекательность				Риски			
	ВВП на душу населения, долл. США	ИРЧП	Импорт товаров и услуг, % от ВВП	Емкость рынка, баллы	Уровень безработицы, %	Инфляция (по ценам на потребительские товары), % /год	Уровень конкуренции на местном рынке, баллы	Тарифные и нетарифные барьеры, баллы
Армения	3305,49	0,72	48,09	1	5,60	3,39	7	7
Австрия	49 707,09	0,89	53,65	5	6,05	7,85	3	4
Бельгия	46 469,23	0,89	83,46	6	7,90	2,71	5	3
Болгария	7158,12	0,77	64,98	3	35,00	9,74	2	3
Чехия	20 407,29	0,86	70,74	4	6,13	2,76	8	6
Италия	36 115,69	0,87	30,23	9	12,80	7,53	6	5
Латвия	12 726,35	0,81	63,18	2	8,00	4,80	8	4
Польша	13 462,85	0,81	39,92	7	15,00	3,66	6	6
Россия	13 089,34	0,76	21,33	10	30,00	5,67	4	5
Испания	32 244,18	0,88	30,71	8	4,90	6,72	10	4

КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

Для прохождения теста по данной теме отсканируйте qr-код

ТЕМА 3. ОСНОВЫ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Занятие 3.1

Контрольные вопросы

- 1) Укажите, кто относится к резидентам и нерезидентам Республики Беларусь.
- 2) Какие источники содержат информацию об иностранных фирмах?
- 3) Какие цели может преследовать предприятие при осуществлении внешне-экономической деятельности?
- 4) Почему следует работать с несколькими источниками информации при поиске контрагента?
- 5) В каких случаях оферта направляется одному потенциальному покупателю, а в каких – нескольким?
- 6) Существуют ли различия прайс-листа и оферты?
- 7) Как называется сводная таблица, в которой экспортер помещает информацию о технико-экономических характеристиках товаров конкурентов, о коммерческих условиях рынка данной группы товаров?
- 8) Как следует понимать выражение «акцепт импортера твердой оферты экспортера»?
- 9) Какие реквизиты обязательно указываются в коммерческом запросе?
- 10) Какие сведения включает досье на фирму?

Задание 1. Поиск и выбор партнера

ЗАО «Darts» (г. Калининград) производит сувенир-игры «Дартс», которые продает на всей территории России. Для производства готовой продукции ЗАО «Darts» требуется:

- 1) продукт А – различные комплектующие, имеющие высший приоритет, их необходимо поставлять два раза в неделю;
- 2) продукт В – комплектующие, отсутствие которых может вызвать затруднения на конечном этапе сборки готовой продукции; его необходимо поставлять в пределах семи рабочих дней.

ЗАО «Darts» приняла решение заключить контракт на поставку продуктов А и В только с одной фирмой-поставщиком. После предварительного рассмотрения примерно 20 квалифицированных поставщиков ЗАО «Darts» остановило свой выбор на двух крупных поставщиках, работающих по всей Восточной Европе, с которыми оно уже сотрудничало ранее. Обе организации хорошо себя зарекомендовали, имеют профсоюз и стабильное финансовое положение. Одна из них – фирма Plastoc, расположена в г. Каунасе (Литва), вторая – фирма Metallic, расположена в г. Гданьске (Польша). ЗАО «Darts» планирует обсудить условия контракта с каждым поставщиком, а затем выбрать одного поставщика, чьи условия окажутся наиболее приемлемыми. Условия представлены в таблице.

Таблица – Условия контракта

Пункт контракта	Позиция ЗАО «Darts»	Позиция фирмы Plastoc	Позиция фирмы Metalic
Базис поставки	Продавец готов выполнить экспортное таможенное оформление и доставить товар до Калининграда	Продавец готов выполнить экспортное таможенное оформление и доставить товар до Калининграда	Продавец готов выполнить экспортное таможенное оформление, доставить товар до Калининграда и выполнить импортное таможенное оформление с уплатой пошлин.
Годовой объем поставки продукции	Предпочитает заключить контракт на поставку продукции в количестве: продукт А – 900 т; продукт В – 680 т с отклонением $\pm 10\%$	Согласна заключить контракт на поставку продукции в количестве: продукт А – 800 т; продукт В – 680 т с отклонениями $\pm 10\%$, со штрафными санкциями в случае меньшего объема поставки	Согласна заключить контракт на поставку продукции в количестве: продукт А – 800 т; продукт В – 680 т с дополнительной оплатой в случае поставки больших объемов, чем предусмотрено договором
Цена продукции	Максимальная цена закупки 1 кг продукта А может составлять 3 у. е., цена продукта В – 1 у. е.	Цена продукта А может составлять от 2 до 3 у. е. за кг. Цена продукта В – от 1 до 2 у. е. за кг	Цена продукта А может составлять от 3 до 4 у. е. за кг. Цена продукта В – от 0,5 до 1,5 у. е. за кг
Потери и повреждения продуктов	Продукт А является объектом мелких краж и повреждений. В прошлом году, сотрудничая с поставщиками, ЗАО «Darts» предъявило иски по потерям и повреждениям на 8 тыс. у. е. Продукт В не является объектом краж. ЗАО «Darts» хочет, чтобы иски оплачивались немедленно	Готова признать, что, в случае потерь и убытков, иски будут оплачены немедленно	Иски согласна оплачивать только в размере не более 5 тыс. у. е. Предпочитает, чтобы ЗАО «Darts» приняла на себя риски до определенного количества; это позволит исключить лишнюю бумажную работу
Условия страхования	Хочет, чтобы поставщики взяли на себя страхование со стороны фирмой на условиях «с ответственностью за все риски»	Согласна заключить договор страхования на условиях «с ответственностью за частную аварию»	Согласна заключить договор страхования на условиях «без ответственности за повреждения»

Продолжение таблицы

График платежей	Предпочитает откладывать платежи, поскольку доход оборотного капитала составляет 1,5 % в месяц	Предпочитает немедленный платеж со штрафными санкциями за задержку платежей	Предпочитает немедленный платеж с дисконтом за более ранний платеж
Упаковка	Закупаемые до настоящего времени продукты упакованы в соответствии с нормами ISO. Упаковка должна быть более дешевой	Никогда не сталкивалась с другими видами упаковки для этого продукта. Обеспокоена возможностью появления дополнительных претензий по повреждениям продуктов в случае использования такого вида упаковки	Обеспокоена подачей исков по возмещению убытков в случае использования нестандартной упаковки
Сроки поставки	Продукт А требуется поставлять два раза в неделю, продукт В – один раз в неделю, со штрафными санкциями в случае невыполнения этого условия. Эти штрафы должны быть большими, учитывая убытки от упущенных продаж	Согласна с этим условием, за исключением случаев, когда причина задержки не подконтрольна поставщику	Позиция, аналогичная позиции фирмы Plastoc
Последующие корректировки должны будут учитывать: увеличение прожиточного минимума или инфляцию	Признает, что по контракту, заключенному в у. е., из-за инфляции теряется часть доходов поставщиков, и поэтому фирма согласна на инфляционную поправку	Согласна. Считает, что затраты на заработную плату будут иметь большее влияние на стоимость поставки; затраты на горючее будут оказывать большее влияние на издержки перевозок	Согласна
Окна доставки комплектующих	Хочет установить одночасовое окно, в течение которого должны прибыть комплектующие. Это необходимо для составления графика работы предприятия. Хочет установить штрафные санкции в случае, если комплектующие прибывают раньше или позже установленного одночасового окна	Соглашается на такие условия с неохотой. Предпочитает использовать штрафные санкции только в случае опоздания доставки на определенное время. Не признает штрафных санкций, если причина задержки не подконтрольна поставщику	Соглашается на такие условия с большой неохотой. Предпочитает использовать штрафные санкции только в случае определенного количества опозданий поставок в месяц. Не признает штрафных санкций, если причина задержки не подконтрольна поставщику

На основании данных, представленных в таблице, необходимо выбрать наиболее подходящего для фирмы поставщика. Выбор обосновать.

Задание 2. Составить оферту и запрос

Исходные данные

Отечественный часовой завод предполагает экспортировать свою продукцию в страны Северной Африки. Руководство предприятия направляет свободные оферты в адрес торгово-посреднических предприятий этих стран.

Составить деловое коммерческое предложение – оферту и запрос.

При написании делового письма следует придерживаться следующих правил:

- в левом верхнем углу делового письма указываются адреса (название фирмы, улица, город, страна, почтовый индекс);

- в правом верхнем ставится дата.

Последовательность изложения текста письма следующая:

- Уважаемый директор (президент), указываются звание, имя, фамилия;

- похвала, комплимент в адрес фирмы (например, за высокое качество выпускаемой продукции, высокий деловой имидж и т. д.);

- источник, откуда известно о фирме (например, полученные рекламные материалы, деловое письмо, проспекты; информация, полученная на международной выставке, от зарубежного партнера и т. д.);

- кратко суть предложения (о товаре и условиях продажи);

- краткие сведения о своей фирме;

- приглашение посетить предприятие для окончательного решения вопроса о купле-продаже товаров, совместной деятельности и т. д.

Могут быть следующие варианты концовки письма:

- Мы будем признательны за быстрый ответ.

- Просим обращаться к нам, если Вам потребуется помощь (содействие).

- Надеемся получить Ваш ответ в ближайшее время.

- Просим сообщить нам свое мнение как можно скорее.

- При получении письма просим телеграфировать (сообщить телексом) подтверждение (согласие).

- Мы хотели бы заверить Вас....

- Надеемся на сотрудничество с Вами.

- Заверяем Вас, что мы незамедлительно свяжемся с соответствующими организациями.

- Ждем приезда ваших представителей для дальнейших переговоров.

Под текстом ставится подпись руководителя предприятия:

- С уважением к Вам

- С наилучшими пожеланиями...

В тексте должны использоваться подчеркнута вежливые обращения, комплименты.

Необходимые данные выбрать самостоятельно.

Пример

<p>OBI Inc., Remington dr. Sunnywell, California, USA Оферта г. Энгельс Саратовской области, Россия 20 мая 2009 г. Акционерное общество "Мозаика" предлагает Вам купить на условиях, перечисленных ниже, следующий товар: Наименование товара: сумки спортивные кожаные Количество: десять тысяч штук Цена: четырнадцать долларов США за штуку Общая сумма: сто сорок тысяч долларов США Условия поставки: FCA франко-перевозчик (...название места, указанного покупателем) Условия оплаты: безотзывный документарный аккредитив, открываемый на 60 дней в пользу А/О "Мозаика" в течение 10 дней с даты получения нашего извещения о готовности товара к отгрузке, с исполнением в Энгельс-банке, г. Энгельс, Россия. Платеж осуществляется против предъявления следующих документов: счета-фактуры; отгрузочной спецификации; транспортной накладной. Срок поставки: июль 2009 г. Действие оферты: оферта твердая, срок действия оферты – 30 дней с даты отсылки. Директор А/О "Мозаика" А. А. ЗДОРОВЦЕВ</p>	<p><i>Tibba Vision GmbH</i> Holbacher., 27 Affenburg, BRD 8.02.09 Запрос Уважаемые господа! Из справочника торговых фирм ФРГ мы узнали, что Ваша фирма является одним из ведущих производителей контактных линз для постоянного ношения. Наш инновационно-внедренческий центр заинтересован в приобретении мягких контактных линз, поэтому мы просим Вас выслать коммерческое предложение на поставку десяти тысяч контактных линз. Условия поставки желательны "доставка оплачена до Москвы". Нас устроит оплата аккредитивом. Учитывая, что запрашиваемая партия довольно большая, мы рассчитываем на предоставление нам оптовой скидки. Надеемся, что между нами возникнет длительное и плодотворное сотрудничество. Директор ИВЦ "Новый взгляд" В. В. ВАСИЛЬЕВ</p>
--	---

ТЕМА 3. ОСНОВЫ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Занятие 3.2

Контрольные вопросы

- 1) Что такое международная торговая сделка? По каким признакам торговые сделки относятся к международным?
- 2) Какие критерии определения принадлежности коммерческого предприятия к тому или иному государству рассматриваются в мировой практике? В каком документе определяется данный критерий в Республике Беларусь?
- 3) Охарактеризуйте экспортные и импортные операции. Приведите примеры. Что является главным условием отнесения торговых операций к экспорту и импорту в Республике Беларусь?
- 4) Охарактеризуйте реэкспортные и реимпортные операции. Приведите примеры. Что является главным условием отнесения торговых операций к реэкспорту и реимпорту в Республике Беларусь?
- 5) Что такое встречная торговля? Охарактеризуйте основные виды встречной торговли. В чем существенное отличие встречной торговли от экспорта и импорта?
- 6) Охарактеризуйте особенности и недостатки международного бартера. В чем отличие бартера от компенсационных сделок?

7) Охарактеризуйте: краткосрочные компенсационные сделки; встречные закупки; авансовые закупки. В чём их отличие от промышленных компенсационных сделок?

8) Приведите классификацию международной торговли по видам товаров и услуг. Что такое сырьевые ресурсы? Что такое продовольственная продукция? В чём отличие коммерческой передачи информации от некоммерческой? Приведите примеры.

9) Приведите классификацию международной торговли по степени готовности продукции и по направлениям торговли. Охарактеризуйте посредников торговли по известным вам критериям. Приведите примеры посредников торговли по Республике Беларусь.

Методические указания для решения задач

1. Выполнение экспортных обязательств по стоимости:

$$I_c = \frac{\sum P_1 \times Q_1}{\sum P_0 \times Q_0} \quad (\text{по каждому товару}) \quad (3.1)$$

2. Выполнение экспортных обязательств по физическому объёму:

$$I_\phi = \frac{\sum P_0 \times Q_1}{\sum P_0 \times Q_0} \quad (\text{по каждому товару}) \quad (3.2)$$

3. Влияние на выполнение экспортных обязательств количества поставленной продукции в отчетном периоде по сравнению с базовым периодом:

$$\Delta V_k = \sum P_i^0 \times Q_i^1 - \sum P_i^0 \times Q_i^0. \quad (3.3)$$

Влияние на выполнение экспортных обязательств цен в отчетном периоде по сравнению с базовым:

$$\Delta V_c = \sum P_i^1 \times Q_i^1 - \sum P_i^0 \times Q_i^1. \quad (3.4)$$

Влияние на выполнение экспортных обязательств изменения и количества поставленной продукции и цен в отчетном периоде по сравнению с базовым:

$$\Delta V = \sum P_i^1 \times Q_i^1 - \sum P_i^0 \times Q_i^0 = \Delta V_k + \Delta V_c, \quad (3.5)$$

где P_0 и P_1 – цены базисного и отчетного периодов на i -ю продукцию;

Q_0 и Q_1 – поставки i -й продукции в базисном и отчетном периодах.

Эффективность бартера и толлинга

Если обозначить стоимость товаров, отгруженных по бартеру, через $C1$, а получаемых по этой сделке в обмен через $C2$, то экономический эффект (Эбс) определяется по формуле: $\text{Эбс} = C2 - C1$.

Коэффициент экономической эффективной определим по формуле: $\text{Кэбс} = C2/C1$. Бартерная сделка эффективна, когда $\text{Кэбс} > 1$.

Экономическая эффективность толлинговой сделки (Этс) имеет место при условии, когда стоимость получаемой части сырья или готовой продукции, выработанной из него, больше затрат на процесс переработки давальческого сырья, $K_{\text{ЭТ}} > 1$.

Задание 1. Анализ выполнения обязательств по экспортным операциям.

Определить:

- 1) выполнение экспортных обязательств по стоимости;
- 2) выполнение экспортных обязательств по физическому объему;
- 3) влияние на выполнение экспортных обязательств по стоимости изменения количества продукции и цен в отчетном периоде по сравнению с базовым периодом.

Таблица – Исходные данные

Показатели	Базовый период			Отчетный период		
	Товар А	Товар Б	Итого	Товар А	Товар Б	Итого
Количество, ед.	500	400	900	480	420	900
Цена, руб/ед	80	40	–	70	50	–
Стоимость экспортной продукции, тыс. руб.	40	16	56	33,6	21	54,3

Задание 2. Анализ структуры экспорта

На основе данных таблицы определите структуру экспорта услуг Республики Беларусь и оцените её изменение на протяжении анализируемого периода. Сделайте выводы о тенденциях развития экспорта услуг в республике.

Таблица – Экспорт услуг Республики Беларусь, тыс. долл. США

Виды услуг	2020 г.	2021 г.
Транспортные услуги	3 698 644,7	4 388 626,2
Компьютерные услуги	2 685 213,8	3 194 609,5
Строительные услуги	564 450,2	517 514,4
Туристические услуги	82 118,1	129 886,0
Страховые услуги	18 423,7	17 882,3
Финансовые услуги	50 782,3	77 744,7
Государственные услуги	10 105,0	12 062,6
Плата за использование интеллектуальной собственности	122 221,4	131 075,4
Прочие деловые услуги	983 503,0	1 136 659,4
Услуги в области образования	82 000,2	98 105,0
Услуги в области здравоохранения	33 421,8	41 144,5
Услуги в области культуры и отдыха	7 727,4	11 332,7
Услуги в области спорта	1 720,4	2 650,1
Прочие индивидуальные услуги	412,6	715,9
Итого		

Задание 3. Анализ структуры импорта

На основе данных таблицы определите структуру импорта услуг Республики Беларусь и оцените её изменение на протяжении анализируемого периода. Сделайте выводы о тенденциях развития этого сектора внешнеэкономической деятельности.

Таблица – Импорт услуг Республики Беларусь, тыс. долл. США

Виды услуг	2020 г.	2021 г.
Транспортные услуги	1 736 610,8	2 512 374,6
Компьютерные услуги	423 094,9	482 543,9
Строительные услуги	950 133,3	781 719,3
Туристические услуги	37 554,0	69 938,8
Страховые услуги	16 251,4	15 578,9
Финансовые услуги	96 809,2	104 084,6
Государственные услуги	1 420,5	1 273,4
Плата за использование интеллектуальной собственности	222 633,1	278 688,0
Прочие деловые услуги	765 126,3	835 280,9
Услуги в области образования	9 999,1	9 505,5
Услуги в области здравоохранения	3 227,8	5 028,2
Услуги в области культуры и отдыха	4 904,9	7 457,6
Услуги в области спорта	1 552,7	3 087,0
Прочие индивидуальные услуги	10,4	10,9
Итого		

Задание 4. Совместный анализ экспорта и импорта

На основе данных таблиц в задачах 3 и 4 назовите виды услуг, по которым Республика Беларусь является чистым экспортером за 2021 г.

Задание 5. Эффективность бартера

Предприятия поставляет по бартеру 60 т металла. Затраты на 1 т с учетом транспорта и прочих расходов составляют 5000 руб. Взамен предприятие получает 20 персональных компьютеров (ПК). Цена одного компьютера на внутреннем рынке – 10000 руб. Определить эффективность бартера.

Задание 6. Расчет эффективности операции с давальческим сырьем (толлинга)

На основании представленных в таблице исходных данных определить результат, эффективность и экономический эффект толлинга.

Таблица – Исходные данные

Показатель	Значение
Масса перерабатываемого сырья, т	40 000
Масса готового продукта, т	26 000
Затраты на переработку сырья, тыс. руб.	7 000
Коммерческие расходы: транспорт, пошлины, сертификация, страхование и др., тыс. руб.	2 000
Всего затрат на переработку сырья с учетом коммерческих расходов	
Количество готового продукта, оставляемого в уплату за переработку, т	1 500
Цена готового продукта, долл/т	2 000
Стоимость готового продукта, оставляемого в уплату за переработку	
То же в рублях (курс 1 долл. = 3 руб)	
Затраты, связанные с реализацией готового продукта, тыс. руб.	100
Результат толлинга, тыс. руб.	
Экономический эффект толлинга, тыс. руб.	
Экономическая эффективность толлинга, руб/руб	

ТЕМА 3. ОСНОВЫ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Занятие 3.3

Методические указания по решению задач

Экономический эффект от экспорта товаров, продукции, услуг:

$$\text{ЭЭ}_{\text{экс}} = \text{В}_{\text{руб}} - \text{З}_{\text{руб}}, \quad (3.1)$$

где В – выручка от экспорта в национальной валюте по курсу на дату поступления, руб.;

З – полные затраты предприятия на экспорт (пр-во, реализац.).

Экономическая эффективность экспорта (рентабельность):

$$\text{Э}_{\text{экс}} = \text{В}_{\text{руб}} / \text{З}_{\text{экс}} > 1. \quad (3.2)$$

Необходимым условием эффективности экспорта является выполнение соотношения:

$$\text{Э}_{\text{вн}} = \text{О}_{\text{экс}} / (\text{С}_{\text{п.экс}} + \text{З}_{\text{р.вн}}), \quad (3.3)$$

где $\text{О}_{\text{экс}}$ – объем экспорта во внутренних ценах, руб.;

$\text{С}_{\text{п.экс}}$ – производственная себестоимость экспортных товаров, руб.;

$\text{З}_{\text{р.вн}}$ – затраты на реализацию внутри страны, руб.

Экономическая эффективность импорта рассчитывается в зависимости от целей осуществления импорта: для собственного потребления или для реализации на внутреннем рынке.

Экономический эффект от импорта для собственного потребления рассчитывается по формуле

$$\text{Э}_{\text{имп.с}} = \text{З}_{\text{и}} - \text{Ц}_{\text{имп.с}}, \quad (3.4)$$

где $\text{З}_{\text{и}}$ – полные затраты на приобретение (изготовление) и пользование продукцией, альтернативной импортной, р.;

$\text{Ц}_{\text{имп}}$ – цена потребления импортного товара, т. е. все затраты за весь период его службы, р.

$$\text{З}_{\text{и}} = \text{Ц}_{\text{п.в}} + \text{З}_{\text{р.в}}, \quad (3.5)$$

где $\text{Ц}_{\text{п.в}}$ – цены покупки (затрат на изготовление) продукции-аналога, руб.;

$\text{З}_{\text{р.в}}$ – эксплуатационных расходов за весь период службы, руб.,

$$\text{Ц}_{\text{имп}} = \text{Ц}_{\text{п.и}} + \text{Э}_{\text{р.м}}, \quad (3.6)$$

где $\text{Ц}_{\text{п.и}}$ – цена покупки импортного товара, включающая все расходы (цена контракта, пошлины, сборы, страховка и т. д.), связанные с приобретением товара на внешнем рынке, р.;

$\text{Э}_{\text{р.м}}$ – эксплуатационные расходы за весь период службы импортного товара.

Показатель рентабельности импорта продукции для собственного использования рассчитывается следующим образом:

$$P_{имп} = \frac{Э_{имп.с}}{Ц_{имп}} \cdot 100 \% . \quad (3.7)$$

Экономический эффект от импорта с целью продажи импортируемого товара на внутреннем рынке определяется по формуле

$$Э_{имп} = Ц_{р.и} - Ц_{п.и}, \quad (3.8)$$

где $Ц_{р.и}$ – цена реализации импортных товаров за вычетом расходов, связанных с реализацией (реклама, маркетинг, транспорт и др.), а также налогов, руб.;

$Ц_{п.и}$ – цена покупки (приобретения) импортных товаров, включающая все расходы, связанные с их приобретением.

Показатель рентабельности от импорта и реализации товара на внутреннем рынке:

$$P_{имп} = \frac{Э_{имп}}{Ц_{п.и}} \cdot 100 \% . \quad (3.9)$$

Задание 1. Предприятие может реализовать 2000 единицы продукции на внутреннем и внешнем рынке. Необходимо определить, в каком случае выгоднее реализовать продукцию на внутреннем рынке, а в каком на внешнем, если известны следующие данные:

Производственная себестоимость единицы изделия – 500 руб.

Цена единицы изделия: на внутреннем рынке – 600 руб.; на внешнем рынке – 620 руб.

Затраты при реализации: на внутреннем рынке – 30 руб/ед; на внешнем рынке – 1,5 долл/ед.

Курс доллара определить исходя из ситуации на валютном рынке в момент решения задачи.

Сделать выводы о целесообразности экспорта продукции

Задание 2. Предприятие в результате осуществления сделки по экспорту товара А получило выручку в размере 950 тыс. долларов. Затраты на производство и реализацию товара составили 1300 тыс. руб. Обязательной продаже государству подлежит 20 % валютной выручки. Курс валюты принять на момент решения задачи. Определить целесообразность такой сделки.

Задание 3. Определить эффективность экспортной сделки по следующим данным экспортная цена единицы товара 50 евро, поставлено на экспорт 11 000 шт., курс евро на день поступки валюты, себестоимость единицы товара 75 бел. руб., транспортные расходы составили 1200 бел. руб. расходы на сертификацию 450 бел. руб., уплачено таможенных пошлин и сборов 2 000 бел. руб.

Задание 4. Предприятию необходимо принять решение о закупке оборудования для нужд производства. Есть два варианта закупки оборудования: внутри страны и за рубежом. Определить эффективность импорта импортируемого товара. Данные для расчета приведены в таблице.

Таблица – Исходные данные

Показатели	Импортное оборудование	Отечественное оборудование
Цена оборудования (контрактная цена)	20 000 у. е.	100 000 руб.
Затраты, связанные с закупкой, доставкой оборудования	10 000 у. е.	10 000 руб.
Срок службы оборудования	8 лет	5 лет
Годовые расходы, связанные с эксплуатацией оборудования	100 000 руб.	120 000 руб.
Курс валюты	5 руб/у.е.	–

Задание 5. Предприятию необходимо принять решение о закупке оборудования для нужд производства. Есть два варианта закупки оборудования: внутри страны и за рубежом. Определить эффективность импорта импортируемого товара. Данные для расчета приведены в таблице.

Таблица – Исходные данные

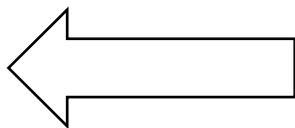
Показатели	Значение
Количество единиц товара, тыс. ед.	1000
Контрактная цена EXW, у. е./ед.	0,3
Транспортные расходы, у. е./ед.	0,2
Другие расходы, связанные с доставкой и реализацией товара на внутреннем рынке, тыс. руб.	500
Курс валюты, бел. руб/ у. е.	1,9
Цена реализации на внутреннем рынке, руб/ед	3

Задание 6. Предприятие реализует 20 тракторов. Определить влияние курса национальной валюты на эффективность экспорта. Определить, при каком курсе валюты экспортная операция эффективна.

Таблица – Исходные данные

№ п/п	Показатели	Значение
1	Объем продаж (шт.)	20
2	Себестоимость продукции (руб.)	150 000
3	Цена изделия:	
3.1	на внутреннем рынке, руб.	180 000
3.2	на внешнем рынке, долл.	7000
4	Затраты по реализации на ед.	
4.1	на внутреннем рынке, руб.	3 000
4.2	на внешнем рынке, долл.	2 000
5	Курс валюты, руб.	32
6	Затраты при реализации	
6.1	на внутреннем рынке, руб.	1 060 000
6.2	на внешнем рынке, долл.	8,688
7	Выручка	
8	Эффект	
9	Эффективность	

КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ



Для прохождения теста по данной теме отсканируйте qr-код

ТЕМА 4. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Занятие 4.1

Контрольные вопросы

- 1) Охарактеризуйте национальное законодательство Республики Беларусь, регулирующие ВЭД.
- 2) Почему Гагская конференция является формулирующей организацией? Какую роль играет она в регулировании внешнеэкономической деятельности? Охарактеризуйте основные конвенции Гагской конференции.
- 3) Охарактеризуйте деятельность УНИДРУА и ЮНСИТРАЛ как организации, регулирующие внешнеэкономическую деятельность. Охарактеризуйте основные конвенции данных организаций.
- 4) Охарактеризуйте региональный уровень правового обеспечения международной логистической деятельности.
- 5) Дайте характеристику обычаев международного торгового или делового оборота. Какую роль они играют в регулировании ВЭД?
- 6) Охарактеризуйте структуру внешнеторгового контракта.
- 7) Какие формы международных расчетов вам известны?
- 8) Из каких этапов состоит процедура расчетов в форме аккредитива?

Методические указания

Во внешнеторговых контрактах обязательно указывается вид используемых цен, который зависит от способа их определения. Существуют четыре основных вида цен:

1. Твердая фиксированная цена устанавливается на дату подписания контракта и остается неизменной вплоть до его исполнения. Такие цены используются при незначительных сроках исполнения контрактов, если в этот период не ожидается существенных скачков цен.

2. Цена с последующей фиксацией. В контракте устанавливается принцип определения цен и условия их фиксации. Цена может устанавливаться по договоренности сторон перед поставкой каждой предусмотренной контрактом партии товаров. Покупателю может предоставляться право выбора момента фиксации цены в течение срока исполнения сделки с оговоркой, какими источниками информации о ценах ему следует пользоваться для определения уровня цены.

3. Скользящая цена – цена, которая рассчитывается по принятой в контракте формуле, состоящей из двух частей. Первая часть формулы – это базовая цена,

аналогичная по смыслу твердой фиксированной цене. Вторая, основная часть, имеет структуру ресурсной модели, отражающей соотношение долей основных издержек на производство товаров. При этом принципиально важно учесть в формуле именно те издержки, по которым в период исполнения контракта возможны сильные изменения. Формула скользящих цен имеет вид:

$$P_1 = P_0 \times [A(a_1/a_0) + B(b_1/b_0) + C], \quad (4.1)$$

где P_1 – расчетная цена товара;

P_0 – базисная цена товара;

A – доля затрат на материалы;

B – доля затрат на оплату труда;

C – неизменная часть цены (сумма A , B и C должна равняться a_0 – базисная цена материалов);

a_1 – цена материалов за период скольжения, как правило, это средняя цена за оговариваемую в контракте часть срока исполнения контракта;

b_0 – базисная ставка оплаты труда;

b_1 – ставка оплаты труда за соответствующий период скольжения, рассчитываемая так же, как и по материалам.

Задание 1. Рассчитать цену единицы оборудования на дату его поставки. По условиям внешнеторгового контракта о купле-продаже, из-за длительного срока изготовления оборудования, партнеры договорились о следующих условиях расчета скользящей цены за единицу товара:

$P_0 = 150\,000$ долл. – базисная цена единицы оборудования (на дату заключения контракта);

$A = 40\%$ – доля сырья и материалов в базисной цене единицы оборудования;

$B = 45\%$ – доля заработной платы в базисной цене единицы оборудования;

$C = 15\%$ – доля неизменной части в базисной цене (прибыли, накладных расходов и пр.) единицы оборудования;

$a_0 = 3000$ долл. – цена единицы сырья и материалов на дату заключения контракта;

$a_1 = 4500$ долл. – цена единицы сырья и материалов на дату оплаты поставки оборудования;

$b_0 = 80$ долл. – дневная ставка заработной платы одного рабочего на дату подписания контракта;

$b_1 = 90$ долл. – дневная ставка заработной платы одного рабочего на дату оплаты поставки оборудования.

Задание 2. Белорусское предприятие ведет переговоры с итальянской фирмой о поставке ему комплексного оборудования с базовой стоимостью 7 млн долл. Сроки поставки – 12 месяцев равными долями раз в квартал.

При этом возможны три варианта расчета:

1) учитывая возможное изменение себестоимости и цены из-за длительности контракта, общая сумма контракта при условии предоплаты в 30 % после

поставки половины оборудования и конечного платежа в размере 40 % после выполнения поставки, составит 7,5 млн дол.;

2) в контракт включается оговорка о скользящей цене, которая учитывает вероятное повышение цен на исходные материалы и рост заработной платы. За базу взяты доля расходов на материалы 40 %, на заработную плату – 45 %, постоянная часть расходов – 15 %. При этом прогнозируется, что ожидается повышение заработной платы на 2 % в месяц и повышение цен на материалы – 3 % в месяц;

3) белорусская фирма производит предоплату перед первой поставкой оборудования в размере 50 % договорной цены. Под остальные 50 % берется кредит под 30 % годовых, из которых производится оплата равномерно после каждой поставки оборудования.

Определить оптимальный вариант условий оплаты для импортера.

Задание 3. Определить цену единицы товара при следующих условиях:

1. Готовится контракт на куплю-продажу товара F за евро с учетом следующих условий: упаковка должна соответствовать требованиям перевозки морским и сухопутным транспортом; поставляемый товар должен быть обеспечен полным комплектом запасных частей.

2. В качестве конкурентного материала N используется контракт на куплю-продажу товара F за доллары США с учетом следующих условий: упаковка отвечает требованиям перевозки только сухопутным транспортом; поставленный товар обеспечен полным комплектом запасных частей.

При этих условиях цена за единицу товара $P = 50$ долл/шт, при курсе валют $K = 0,67$ евро/дол.

3. В качестве конкурентного материала Z используется контракт на куплю-продажу товара F за фунты стерлингов, при этом соблюдались следующие условия: упаковка отвечает требованиям перевозки только морским транспортом; товар поставляется без комплекта запасных частей.

При этих условиях цена за единицу товара $P2 = 20$ ф. ст/шт, при курсе валюты = 1,26 евро/ф. ст.

4. Расходы на упаковку в расчете на единицу товара при перевозке:

морским транспортом $C_m = 2$ ф. ст/шт;

сухопутным транспортом $C_s = 3$ долл/шт.

5. Стоимость полного комплекта запасных частей для каждой единицы товара $F = 3$ ф. ст/шт.

Задание 4. Белорусское предприятие получило оферту от производителя из Германии о возможности поставки 50 силовых агрегатов по цене 20 тыс. евро за каждый при условии EXW. При условии предоплаты в 25 % возможна скидка в размере 3 %.

Руководствуясь данными, рассчитать возможные расходы продавца и покупателя по доставке товара на условиях CIF на склад последнего без оплаты таможенных платежей при условии следующих затрат:

1) расходы на упаковку, включая стоимость упаковочных материалов, – 80 евро;

- 2) расходы на погрузку на предприятии изготовителя – 150 евро;
- 3) перевозка до терминала грузоперевозчика – 300 евро;
- 4) разгрузка в терминале – 100 евро;
- 5) погрузка на транспорт грузоперевозчика – 100 евро;
- 6) экспортные таможенные платежи – 2200 евро;
- 7) транспортное страхование груза – 800 евро;
- 8) стоимость перевозки до границы – 1500 евро;
- 9) выгрузка в терминале – 80 евро;
- 10) погрузка на транспорт импортера – 880 р.;
- 11) перевозка до склада покупателя – 1800 р.;
- 12) разгрузка на складе – 700 р.

Задание 5. Белорусский импортер получает от своего партнера в Венгрии оферту на закупку 22 000 литров закупоренного в бочки красного вина на сумму 88 000 тыс. евро на условиях EXW. Вино данной марки на белорусском рынке конкурентоспособное, если оно продается не дороже 21 000 р. за бутылку 0,7 л. Рассчитать целесообразность заключения сделки на предлагаемых условиях, используя следующие данные о возможных затратах в евро.

Общие погрузочно-разгрузочные работы – 280.

Транспортные расходы – 1200.

Экспортные пошлины – 820.

Транспортное страхование – 400.

Таможенные платежи в Республике Беларусь – 400.

Складские расходы – 600.

На складе белорусского импортера вино из бочек переливается в бутылки 0,7 л, бутылка закрывается пробкой, наклеивается этикетка и акцизная марка и упаковываются в ящики по 6 бутылок. Эти расходы составляют 1300 евро. При этом предусматриваются потери на бой тары и разлив в размере 1 % от общего количества.

Курс евро/р. 1/2,9.

Задание 6. Готовится контракт на куплю-продажу товара. Объем сделки 100 т, валюта цены – евро. Определить цену товара по двум вариантам и выбрать наиболее выгодный вариант.

Таблица - Исходные данные

Конкурентный вариант № 1	Конкурентный вариант № 2
базисные условия – CFR; цена товара – 140 долл/т; стоимость автомобильной перевозки – 500 долл; экспортные формальности – 120 долл.; расходы на страховку груза – 230 долл.; погрузка на основной транспорт – 45 долл.; импортные формальности – 180 долл.; транспортные расходы на территории покупателя – 60 долл. курс евро к доллару – 0,67 евро/долл.	базисные условия – EXW; цена товара – 65 ф. ст/т; транспортные расходы от завода до порта – 125 ф. ст.; экспортные формальности – 85 ф. ст.; страхование груза – 170 ф. ст.; оплата фрахта – 350 ф. ст.; импортные формальности – 120 ф. ст.; транспортные расходы на территории покупателя – 40 ф. ст. курс евро к фунту стерлингов – 1,26 евро/ф. ст.

ТЕМА 4. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Занятие 4.2

Контрольные вопросы

1) Дайте сравнительную характеристику базисных условий поставки по Инкотермс-2020.

Задание 1. Известный белорусский завод-производитель ликеро-водочных изделий заключил договор на эксклюзивную продажу своей продукции американской фирме, расположенной в Новом Орлеане (США). Условие договора касается реализации белорусской водки на рынке штата Новый Орлеан. Товар должен доставляться из Клайпеды на базисе поставки FOB Клайпеда. Прямое морское сообщение из Клайпеды в Новый Орлеан достаточно редко, а потому экспедитор получателя (американской компании) предложил заводу отправлять товар до какого-либо европейского порта, например до Роттердама. Это порт мирового значения, отсюда суда до Нового Орлеана отправляются часто. При этом на морскую перевозку продукции до Роттердама выписывается прямой ордерный коносамент на имя экспедиторской компании получателя. Это означает, что по прибытии товара в Роттердам груз будет переотправлен далее по поручению данной экспедиторской компании, которая от своего имени выпишет новый коносамент до Нового Орлеана на имя получателя — американского импортера.

Казалось бы, данная схема поставки не должна вызывать возражения белорусского завода-производителя. Однако транспортный отдел предприятия сомневается, отправит ли экспедитор груз из Роттердама прямо в Новый Орлеан. Дело здесь в том, что экспедитор получателя может переотправить груз из Роттердама в какую-то третью страну, с которой США имеют соглашение о принципе наибольшего благоприятствования, а лишь потом в США, что позволит снизить акцизные и другие налоги и сборы с товара для импортера при его ввозе в США. Но в этом случае будут нарушены эксклюзивные права белорусского экспортера, так как поставщиком (пусть формально) будет выступать другая компания.

Задания по кейсу

1. Исходя из сложившейся ситуации предположите действия белорусского завода.

2. Какими должны быть условия доставки товара в США белорусского поставщика, чтобы не были нарушены его эксклюзивные права на поставку?

Задание 2. Изучите фрагмент договора международной купли-продажи товара, представленный на рисунке, и определите ошибки/неточности, которые были допущены при его составлении.

Статья 3. Сроки и условия поставки Товара, его транспортировка

3.1. Товар должен быть передан Покупателю либо лицу, указанному Покупателем, в течение 3 дней с даты получения оплаты Продавцом. Предварительно Поставщик выполняет требования Покупателя по изготовлению этикетки (маркировка, особые условия) на упаковку.

3.2. Грузоотправитель товара: его Производитель.

3.3. Грузоперевозчик: ООО «Быстрый ветер».

3.4. О готовности передать товар вместе с документами перевозчику Поставщик извещает Покупателя по электронной почте или факсу не менее чем за 3 (три) дня до момента передачи. Дата фактической отгрузки Товара подтверждается товарно-транспортной накладной.

3.5. Товар в 50 ящиках должен быть перегружен в 1 (один) контейнер, предоставленный перевозчиком в согласованном с поставщиком месте. Погрузка Товара в контейнеры осуществляется за счет Поставщика и не включается в стоимость товара.

3.6. Переход права собственности на товар и рисков: после полной погрузки товара в порту на судно, указанное грузоперевозчиком (согласно базису поставки). Дата отгрузки определяется по дате оформления коносамента.

3.7. Поставщик вместе с товаром посредством DHL передает Покупателю следующие документы:

- 1) инвойс Поставщика (оригинал и копия на русском языке);
- 2) упаковочный лист с маркировкой товара (оригинал и копия на русском языке);
- 3) копия таможенной декларации на Товар, заверенная печатью Покупателя;
- 4) сертификат происхождения товара (копия);
- 5) сертификат анализа качества, выданный лабораторией Производителя, подтверждающий качество товара

Задание 3. Белорусское предприятие заключило контракт на продажу иностранной аграрной продукции на сумму 30 000 у. е., включая затраты на упаковку в размере 1 % от суммы контракта (перевозка автотранспортом). Используя данные, определите затраты продавца и затраты покупателя по контракту для условий поставки EXW и CPT.

Таблица – Затраты по контракту

1. Сборы за таможенное оформление и таможенные пошлины (у. е.) При ввозе в страну импортёра и импортные пошлины 400 При вывозе и экспортные пошлины 200 Экспортная лицензия 1200 Импортная лицензия 1500 Транспортные расходы до порта экспортёра 400 Оплата основного транспорта 2000 Транспортные расходы за границей экспортёра 120 Страхование основной перевозки 300	2. Погрузочно-разгрузочные работы (у. е.) В стране экспортёра 250 В стране импортёра 180
---	--

Задание 4. Белорусская компания заключила контракт с австрийской фирмой. Контракт предусматривал, что ни одна из сторон не вправе передавать права и обязанности по контракту без письменного согласия другой стороны. Белорусская компания перевела аванс. Через три дня белорусская компания получила сообщение продавца, что заказ будет выполняться третьим лицом, письмо содержало указание третьего лица о принятии обязательства по контракту. Однако товар третьим лицом отгружен не был. Белорусская сторона потребовала от первоначального контрагента возврата уплаченной суммы и уплаты штрафа в соответствии с условиями контракта. Австрийская фирма отклонила эти требования, считая, что ответственность перед покупателем должно нести третье лицо, принявшее на себя обязательства по контракту.

Задание по кейсу

Проанализируйте приведенную ситуацию и предположите, какое решение принял суд, к помощи которого обратилась белорусская компания для защиты своих интересов.

Задание 5. Предприятие приобрело оборудование на условиях FOB по цене 10000 долл. Курс валюты 32 руб. за долл. Определить расходы сторон на условиях FOB, FAS, CFR, CIF, DDP.

а) Расходы по транспортировке:

- до порта 500 долл.;
- морская перевозка 1000 долл. (фрахт);
- от порта назначения до места 250 долл.

б) Погрузка:

- на борт 50 долл.;
- с борта 40 долл.;
- по борту 10 долл.

в) Таможенная пошлина на ввоз 10 % от суммы указанной в контракте в руб.; на вывоз 2 % от указанной суммы.

г) Расходы по страхованию на перевозку 100 долл.

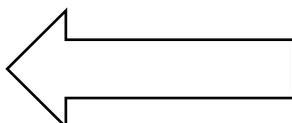
Задание 6. Отечественное торгово-посредническое предприятие реализует населению бытовые пылесосы. В текущем году оно предполагает импортировать 600 пылесосов. Срок поставки товара равномерно по кварталам. Усредненная розничная цена пылесоса на внутреннем рынке равна 81 евро.

От зарубежных партнеров имеются следующие предложения. Рассчитать рентабельность сделки и выбрать поставщика, расчеты произвести за квартал.

Таблица – Исходные данные

Страна	Фирма	Цена за ед. товара, евро	Базисные условия поставки	Страхование, транспортно-экспедиторские и прочие расходы, евро	Таможенные платежи, евро
Франция	Ali Comenda	52	DAP – граница страны покупателя	511	1839
Австрия	Philips Austria	45	FCA – Варшава	2082	2192
Швейцария	V-Zug AG	43	EXW – Берн	2554	2545

КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ



Для прохождения теста по данной теме отсканируйте qr-код

ТЕМА 5. ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКИ

Занятие 5.1

Контрольные вопросы

- 1) Что относится к компонентам международной инфраструктуры логистики?
- 2) Дайте определение международной транспортной системы. Какими показателями она характеризуется?
- 3) Охарактеризуйте понятие и виды логистических центров и их роль в международной инфраструктуре логистики.
- 4) Что входит в состав регионального логистического центра?
- 5) Перечислите основные функции информационно-аналитического центра логистики.

Задание 1. Белорусская компания осуществляет закупку стройматериалов из Германии с последующей доставкой их в Челябинск. Исходная схема доставки выглядит следующим образом.

Сборные грузы из Германии автотранспортом через Польшу доставляются в Оршу (Беларусь), где происходит консолидация товара и осуществляется его промежуточное хранение на железнодорожной станции. Там же оформляются таможенные документы. Далее товар перевозится на таможенный склад в Челябинск, где производится таможенная очистка товаров. Затем груз вручную из вагонов перегружается в грузовые автомобили и доставляется на склад компании, которая не занимается контролем ассортимента, а только формирует партии. Склад компании в Челябинске также имеет подъездной железнодорожный путь.

У данной схемы доставки есть определенные недостатки. Белорусское представительство узлов. Поэтому ошибки при комплектации заказов обнаруживаются уже на складе компании в Челябинске. Более того, погрузочно-разгрузочные работы у посредников затратны (ручная перевалка товара) и различны (пакеты, поддоны, упаковки).

Задания по кейсу

1. Представьте графически существующую схему доставки, выявите и обозначьте на ней узкие места.
2. Предложите новую схему доставки с учетом имеющейся транспортной и складской инфраструктуры.
3. Оцените экономическую эффективность предлагаемой схемы доставки.

Исходные данные:

- объем закупаемого товара – 30 000 т/год;
- количество товара в 1 т – 800 шт.;
- цена закупки единицы товара – 1 долл. США/шт.;
- транспортный тариф на международную перевозку товара автотранспортом от поставщиков в Германии до склада железнодорожной станции Орша – 120 долл. США/т;
- транспортный тариф на перевозку товара железнодорожным транспортом под таможенными пломбами от границы с Россией до таможенного склада в Челябинске – 15 долл. США/т;

- тариф на ручные погрузочно-разгрузочные работы в Челябинском таможенном терминале — 10 долл. США/т;
- транспортный тариф на перевозку товара автотранспортом по Челябинску — 5 долл. США/т.

Введите новые данные:

- в зависимости от новой предложенной схемы движения материального потока: транспортный тариф на международную перевозку товара автотранспортом от поставщиков до нового центра в Германии — 35 долл/т (в Польше, в Беларуси, а России — 40 долл/т, 50 долл/т, 60 долл/т соответственно);
- транспортный тариф на международную перевозку товара автотранспортом с нового центра в Германии до таможенного склада в Смоленске — 20 долл/т (в Польше, в Беларуси — 15 долл/т, 10 долл/т соответственно);
- транспортный тариф на перевозку товара по России от таможенного склада в Смоленске до склада компании в Челябинске — 3 \$/т;
- тариф на механизированные погрузочно-разгрузочные работы в Смоленском таможенном терминале — 4 \$/т;
- процент потерь, связанных с ошибками комплектации — 0,5 % от стоимости партии;
- дополнительные эксплуатационные затраты на новую схему товародвижения — 300 000 \$/год;
- размер инвестиций — 2 500 000 \$.

Задание 2. Фирма «Кванти» осуществляет закупку фруктовых напитков в Молдове и их последующую доставку в Минск.



Рисунок – Схема доставки

Более десяти заводов, находящихся в разных районах Молдовы, автотранспортом доставляют напитки в ящиках, по 12 бутылок в каждом, на железнодорожную станцию Кишинева. Промежуточное хранение товара до набора вагонной партии осуществляется на пристанционном складе. Затем происходит загрузка вагонов, прием товара проводниками, оформление таможенных документов, передача вагонов железной дороге.

Далее вагоны направляются в Республику Беларусь и поступают на один из таможенных складов Минска. Здесь происходит выгрузка, таможенный

досмотр и выдача товара собственнику, т. е. ручная погрузка товара в автомобиль и доставка на склад собственника.

Описанная схема транспортировки и хранения груза признана руководством фирмой нерациональной.

Отгрузкой продукции из Молдовы занимается кишиневский представитель фирмы, однако никаких складских мощностей фирмы здесь нет. Большое количество поставщиков не позволяет представителю осуществить действенный контроль ассортимента в сформированных вагонных партиях.

Отсутствие накопительного склада фирмы в Кишиневе не позволяет своевременно осуществлять проверку количества бутылок в отдельных ящиках. В результате недовложения (0,5 % размера партии) обнаруживаются лишь в Минске, когда предъявить претензию сложно.

Технологические процессы отгрузки у разных поставщиков неодинаковые, некоторые поставляют ящики с фруктовыми напитками в пакетированном виде на поддонах, однако основная масса продукции поступает на склады железной дороги в отдельных ящиках и загружается в вагоны вручную.

В результате возникают потери, связанные с необходимостью ручной перевалки грузов, чего фирма также могла бы избежать, создав в Кишиневе собственный склад и организовав там пакетирование грузов. Созданный в Кишиневе склад фирмы поставщика позволил бы осуществлять полный контроль количества и качества продукции, формировать ассортимент. Здесь можно было бы пакетировать груз в стандартные грузовые единицы, а также сосредоточить оборотную стеклянную тару и другие расходные материалы и организовать доставку их обратными рейсами на заводы-поставщики.

Нерациональность применяемой схемы заключается также и в том, что по территории Республики Беларусь, вплоть до Минска, груз перевозится по железной дороге под таможенными пломбами по высоким тарифам. Затраты на перевозку можно существенно уменьшить, если окончательный таможенный контроль осуществлять сразу, как только груз попадает на территорию Республики Беларусь, например на таможенном складе в Калинковичах. Перенос таможенных операций в Калинковичи позволит фирме ликвидировать автотранспортные перевозки по Минску по маршруту: таможенный склад – склад фирмы, так как последний имеет подъездной железнодорожный путь, что позволяет подавать вагоны из Калинковичей непосредственно к складу фирмы.

Задания по кейсу

1. Проанализируйте действующую схему доставки и кратко, по пунктам, сформулируйте основные причины неэффективного использования существующей логистической инфраструктуры.

2. Предложите проект новой схемы доставки, включающей склад фирмы в Кишиневе; рекомендуйте основные функции склада как объекта точечной логистической инфраструктуры.

3. На основании данных, приведенных в таблице, определите экономический эффект от изменения схемы доставки и логистической инфраструктуры.

4. Рассчитайте срок окупаемости капиталовложений, необходимых для реализации предлагаемой схемы товародвижения.

Таблица – Исходные данные

Показатель	Значение
Количество закупаемой в республике продукции т/год	32 000
Тариф за транспортировку по железной дороге 1 тонны импортного груза (под таможенными пломбами) от границы со страной поставщика до Минска, долл/т	16,8
Тариф за транспортировку по железной дороге 1 тонны импортного груза (под таможенными пломбами) от границы со страной поставщика до таможенного склада в Калинковичах, долл/т	5,3
Тариф за транспортировку по железной дороге 1 тонны внутреннего груза Беларуси от таможенного склада в Калинковичах до склада фирмы в Минске, долл/т	3,2
Тариф за ручные погрузочно-разгрузочные работы в Минском таможенном терминале, долл/т	10
Тариф за механизированные погрузочно-разгрузочные работы в Калинковичском таможенном терминале, долл/т	4
Тариф за автомобильные перевозки грузов фирмы по Минску, долл/т	5
Уровень потерь от недовложений (по первой схеме доставки), % от стоимости партии	0,5
Годовой размер затрат дополнительных затрат (эксплуатационных, управленческих и др.), необходимых для реализации предлагаемой схемы товародвижения, долл/год	222 400
Размер капитальных вложений, необходимых для реализации предлагаемой схемы товародвижения (стоимость склада в Кишиневе), долл.	3 000 000

Порядок проведения расчетов экономической эффективности и срока окупаемости проекта:

1) Определить годовую экономию от приемки продукции от заводов на складе фирмы, организованном в столице страны поставщика.

Примечание – Принять во внимание, что 1 т брутто груза включает 800 бутылок товарной продукции. Закупочная цена 1 бутылки – 1,6 долл.

2) Определить годовую экономию, получаемую от разницы железнодорожных тарифов за перевозку импортного и внутреннего грузов.

3) Определить годовую экономию, получаемую от разницы стоимости погрузочно-разгрузочных работ по двум схемам товародвижения.

4) Определить годовую экономию, получаемую от ликвидации автомобильных перевозок по Москве (от таможенного склада до склада фирмы).

5) Определить годовой экономический эффект (Эфг) от внедрения оптимизированной схемы товародвижения фруктовых напитков.

$$\mathcal{E}_{\text{фг}} = \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i - \mathcal{Z}_r,$$

где $\mathcal{E}_{\text{фг}}$ – отдельная статья годовой экономии от внедрения предлагаемой схемы товародвижения;

\mathcal{Z}_r – годовой размер дополнительных затрат (эксплуатационных, управленческих и др.), необходимых для реализации предлагаемой схемы товародвижения.

6) Определить срок окупаемости (T) капитальных вложений, необходимых для реализации предлагаемой схемы товародвижения.

$$T = \frac{K}{\Delta_{\text{фг}}},$$

где К – размер необходимых капитальных вложений.

ТЕМА 5. ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКИ

Занятие 5.2

Задание 1. Специалисту логистической компании поступила заявка на перевозку электротехнической продукции. Вес груза составляет 920 кг, объем – 4,3 м³. Груз необходимо доставить из Нинбо (Китай) в Минск (Республика Беларусь).

Специалистом были разработаны две возможные схемы доставки указанного груза: прямая авиаперевозка или перевозка сборным грузом по схеме море + авто с промежуточной консолидацией груза.

Вариант 1. При выборе прямой авиаперевозки будет предусмотрен следующий маршрут: точка отправления — Нинбо, аэропорт отправления – Шанхай, точка назначения – аэропорт Минск-2.

При организации авиаперевозок из Шанхая логистическая компания пользуется услугами авиакомпании Finnair. Стоимость авиаперевозки при этом рассчитывается по тарифной сетке, представленной в таблице.

Таблица – Исходные данные

Расходы по авиаперевозке	Ставка
Авиафрафт груза весом до 45 кг	8,18 EUR/кг
Авиафрафт груза весом 45–100 кг	5,09 EUR/кг
Авиафрафт груза весом 100–500 кг	2,68 EUR/кг
Авиафрафт груза весом 500–1000 кг	2,5 EUR/кг
Авиафрафт груза весом более 1000 кг	2,3 EUR/кг
Топливный сбор (FSC)	0,65 EUR/кг
Сбор за безопасность (SCC)	0,17 EUR/кг
Плата за терминальные операции с грузом (THCo)	0,05 EUR/кг
Плата за оформление авианакладной (HAWB)	12,00 EUR/set

По предварительным расчетам стоимость подвоза груза со склада поставщика в Нинбо до аэропорта в Шанхае составит 290 EUR.

Вариант 2. В случае перевозки этого же груза в составе сборного груза по схеме море + авто маршрут будет следующим: точка отправления – порт Нинбо, порт выгрузки – Таллинн, пункт промежуточной перевалки – склад в Вильнюсе, точка назначения — ПТО в Минске.

Тарифная сетка логистической компании для расчета стоимости перевозки сборного груза (морская составляющая) представлена в таблице.

Таблица – Исходные данные

POL	CBM	> 10	> 20	Transshipment
Busan	\$ 93	\$ 82	\$ 76	Direct to Tallinn
Ningbo	\$ 86	\$ 84	\$ 79	Direct to Tallinn/Vilnius
Shanghai	\$ 81	\$ 78	\$ 69	Direct to Vilnius

CBM (Cubic Metre) – кубический метр, единица измерения объема.

BL (Bill of Lading) – коносамент;

Кроме того, дополнительно должны быть оплачены следующие расходы:

- портовый сбор за безопасность (Security Charges – SEC) — 15 USD/BL;
- услуги по терминальной обработке груза (Terminal Handling Charges – THCo) — 27 USD/CBM;
- сбор за оформление коносамента (Delivery Order Fee – DOF) – 25 USD/shipment;
- сбор за прохождение судна Суэцким каналом (Suez Transit Fee, STF) – 25 USD/shipment;
- стоимость доставки груза с промежуточного консолидационного склада, на котором груз выгружается из контейнера и формируется в новый поток, следующий в один пункт назначения (ПТО), рассчитывается исходя из тарифной сетки, представленной в таблице.

Таблица – Исходные данные

Вес груза, кг	Вид транспорта	Вид упаковки	Штабель	Тип груза	Стоимость доставки, долл. США
<500	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	380
500–1000	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	430
1001–1500	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	470
1501–2000	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	495
2001–2500	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	550
2501–3000	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	580
3001–4000	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	610
4001–5000	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	660
5001–7000	Авто	Картон. коробка	Да	Неопасный	720

Задания по кейсу

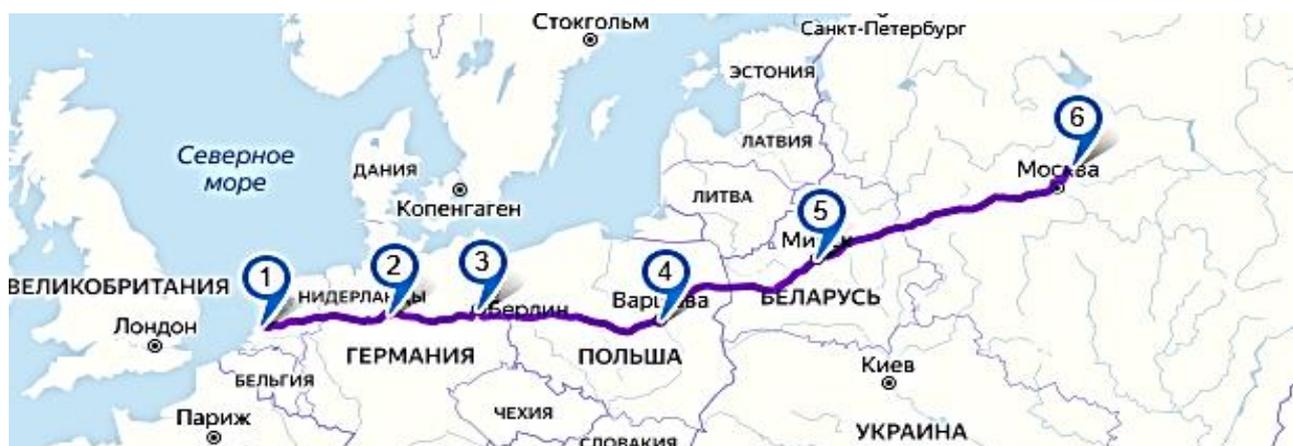
1. Рассчитайте стоимость перевозки груза по каждому из предложенных маршрутов.

2. Определите, какие дополнительные факторы, кроме стоимости перевозки, необходимо учитывать, по вашему мнению, при принятии окончательного решения о выборе схемы доставки груза.

Задание 2. На основании рисунков выполните задание.

1. Определите, к какому виду транспорта относятся представленные на рисунке линейные элементы международной транспортной инфраструктуры.

2. Какие международные транспортные коридоры пролегают (полностью или частично) по рассматриваемым маршрутам.



1 – Гаага, 2 – Ганновер, 3 – Берлин, 4 – Варшава, 5 – Минск, 6 – Москва
 Рисунок 5.1 – Международный транспортный коридор



1 – Росток, 2 – Берлин, 3 – Дрезден, 4 – Прага,
 5 – Зальцбург, 6 – Венеция, 7 – Анкона, 8 – Бари
 Рисунок 5.2 – Международный транспортный коридор



1 – Арад, 2 – Бухарест, 3 – Батуми, 4 – Тбилиси, 5 – Баку, 6 – Актау, 7 – Бейнеу, 8 – Ташкент
Рисунок 5.3 – Международный транспортный коридор



1 – Мурманск, 2 – Петрозаводск, 3 – С-Петербург, 4 – Гомель, 5 – Киев, 6 – Одесса
Рисунок 5.4 – Международный транспортный коридор

Задание 3. Фирма, занимаясь реализацией лакокрасочной продукции на рынках России и Украины, имеет постоянных поставщиков из Германии, Польши и Литвы. Увеличение объема продаж заставляет фирму поднять вопрос о строительстве нового распределительного склада, обеспечивающего продвижение товара на новые рынки и бесперебойное снабжение своих клиентов.

Транспортный тариф логистической компании, на основании которого осуществляются перевозка сырья и материалов от поставщиков на склад фирмы, составляет 5 долл. США/ткм, а тариф на транспортировку готовой продукции со склада фирмы покупателями России – 3,7 долл. США/ткм, в Украине – 4,9 долл. США/ткм.

Специалистами по логистике было рассчитано, кто оптимальный размер партии закупки сырья должен составлять:

- у поставщика из Гамбурга (Германия) – 150 т;

- у поставщика из Мюнхена (Германия) – 100 т;
- у поставщика из Познани (Польша) – 75 т;
- у поставщика из Вильнюса (Литва) – 125 т.

Оптимальный размер партии поставки готовой продукции клиентам соответственно равен:

- клиентам из Брянска (Россия) – 300 т;
- клиентам из Смоленска (Россия) – 250 т;
- клиентам из Винницы (Украина) – 150 г.

Определите с помощью известных вам методов оптимальное место расположения распределительного склада.

Задание 4. Введение

КВТ ЕЭК был в 2015 году проведен сопоставительный анализ продолжительности и издержек железнодорожных и морских перевозок между Европой и Азией по выбранным маршрутам евро-азиатских транспортных связей.

Цель исследования: оценка временных и денежных затрат на перевозку груза по трем железнодорожным маршрутам ЕАТС (№ 1, № 2 и № 7), а также морским путем из Китая, непосредственно из приморского региона (город и порт Шанхай), а также из удаленного от моря Пекина в Польшу (Варшава)*.

Источники информации:

- открытые публикации официальных статистических данных государств участников евро-азиатских транспортных связей и международных организаций (единая тарифная политика, международный транзитный тариф, транзитная политика стран СНГ и т. д.); публикации аналитических, статистических и практических данных в специализированных средствах массовой информации;
- веб-сайты государственных и частных компаний а также веб-ресурсы, созданные для обмена торговой информацией;
- коммерческие предложения различных предприятий транспортной отрасли; собственные данные, полученные практическим путем в ходе ежедневной деятельности по предоставлению транспортно-экспедиционных услуг.

В качестве объекта перевозки выбран один 40-футовый контейнер с товаром «электродвигатели для бытовых швейных машин» (не требует дополнительных мер контроля), весом нетто 20 тонн, перевозимый контейнерным поездом, поэтому указанное в расчетах время доставки является наименьшим из возможных.

Выбранные маршруты:

1а. Шанхай – порт Шанхай – море – порт Гданьск – железная дорога – Варшава;

1б. Шанхай – железнодорожный маршрут ЕАТС № 7 (Китай – [Алашанкоу/Достык] – Казахстан – [Сарыагаш/ Келес] – Узбекистан – [Бейнеу (Каракалпакия)/ Оазис] – Казахстан – [Аксарайская/ Ганюшкино] – Россия – [Гуково/ Красная Могила] – Украина – [Мостиска/ Пшемьшль] – Польша) – Варшава;

2а. Пекин – железная дорога – порт Шанхай – море – порт Гданьск – железная дорога – Варшава;

2б. Пекин – железнодорожный маршрут ЕАТС № 7 (Китай – [Алашанкоу/ Достык] – Казахстан – [Сарыагаш/ Келес] – Узбекистан – [Бейнеу (Каракалпакия)/

Оазис] – Казахстан – [Аксарайская/ Ганюшкино] – Россия – [Гуково/ Красная Могила] – Украина – [Мостиска/ Пшемьшль] – Польша) – Варшава;

3а. Пекин – железная дорога – порт Шанхай – море – порт Гданьск – железная дорога – Варшава (совпадает с маршрутом 2а);

3б. Пекин – железнодорожный маршрут ЕАТС № 1 (Китай – [Манчжоули/ Забайкальск] – Россия (Транссибирская магистраль) – [Красное/ Осиновка] – Беларусь – [Брест/ Тересполь] – Польша) – Варшава;

4а. Пекин – железная дорога – порт Шанхай – море – порт Гданьск – железная дорога Варшава (совпадает с маршрутом 2а);

4б. Пекин – железнодорожный маршрут ЕАТС № 2 (Китай – [Алашанкоу/ Достык] Казахстан – [Петропавловск (Мамлютка)/ Петухово] – Россия – [Красное/ Осиновка] – Беларусь – [Брест/ Тересполь] – Польша) – Варшава.

Задание: по полученным результатам исследования сделать выводы об эффективности тех или иных маршрутов и построить соответствующие графики:

1. Определить стоимостную разницу.
2. Определить количество стран, через которые проходит ЖД транспорт.
3. Определить разницу в протяженности маршрута.
4. Построить график зависимости времени от расстояния ЖД и морского транспорта.
5. Построить график зависимости издержек от расстояния ЖД и морского транспорта.
6. Сделать общий вывод.

Таблица – Исходные данные (Маршрут 1а)

Маршрут	Протяженность (км)	Издержки (долл. США). Источник – коммерческое предложение	Издержки (долл. США). Источник – интернет	Время (час)
СПВ /портовые издержки в порту Шанхай	–	100	100	–
Прочие издержки в порту Шанхай	–	150	150	–
Порт Шанхай – порт Гданьска (морем)	20486	2189	2350	981
СПВ /портовые издержки в порту Гданьска	–	165,5	165,5	–
Прочие издержки в порту Гданьска	–	250	250	–
Порт Гданьска – ст. «Варшава» (по железной дороге)	373	445	445	14,5
Затраты на выгрузку на станции «Варшава»	–	35	35	–
Прочие издержки на станции «Варшава»	–	45	45	–
Всего				

Таблица – Исходные данные (Маршрут 1а)

Маршрут	Протяженность (км)	Издержки (долл. США) ЕТТ, ТП СНГ	Время (час)
Затраты на погрузку на станции Шанхай	–	25	–
Прочие издержки на станции Шанхай	–	30	–
Китай (по железной дороге) Шанхай Цзюнь – гунлу – Алашанькоу	4529	6247	114
Казахстан (по железной дороге) Достык – Сары-Агач	1831	910	50
Узбекистан (по железной дороге) Келес – Каракалпакия	1686	1399	46,5
Казахстан (по железной дороге) Оазис – Дины Нурпеисовой	796	982	25
Российская Федерация (по железной дороге) Кигаш – Гуково	862	988	27
Украина (по железной дороге) Красная Могила – Мостиска II	1576	718	43
Польша (по железной дороге) Пшемысль – Варшава	380	445	9
Затраты на выгрузку на станции Варшава	–	35	–
Прочие издержки на станции Варшава	–	45	–
Всего			

Таблица – Исходные данные (Маршрут 2а)

Маршрут	Протяженность (км)	Издержки (долл. США) Коммерческое предложение	Издержки (долл. США) Источник – интернет	Время (час)
Пекин – порт Шанхай (по железной дороге)	1095	1548	1548	26
СПВ /портовые издержки в порту Шанхай	–	100	100	–
Прочие издержки в порту Шанхай	–	150	150	–
Порт Шанхай – порт Гданьска	20486	2189	2350	981
СПВ /портовые издержки в порту Гданьска	–	165,5	165,5	–
Прочие издержки в порту Гданьска	–	250	250	–
Порт Гданьска - ст. «Варшава» (по железной дороге)	373	445	445	14,5
Затраты на выгрузку на станции «Варшава»	–	35	35	–
Прочие издержки на станции «Варшава»	–	45	45	–
Всего				

Таблица – Исходные данные (Маршрут 2b)

Маршрут	Протяженность (км)	Издержки (долл. США) ЕТТ, ТП СНГ	Время (час)
Затраты на погрузку на станции «Пекин»	–	25	–
Прочие издержки на станции «Пекин»	–	30	–
Китай (по железной дороге) Пекин – Алашанькоу	3354	4724	86,5
Казахстан (по железной дороге) Достык – Сары-Агач	1831	910	50
Узбекистан (по железной дороге) Келес – Каракалпакстан	1686	1399	46,5
Казахстан (по железной дороге) Оазис – Дины Нурпеисовой	796	982	25
Российская Федерация (по железной дороге) Кигаш – Гуково	862	1113	27
Украина (по железной дороге) Красная Могила – Мостиска II	1576	718	43
Польша (по железной дороге) Пшемысль – Варшава	380	445	9
Затраты на выгрузку на станции Варшава	–	35	–
Прочие издержки на станции Варшава	–	45	–
Всего			

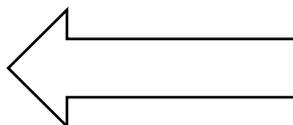
Маршрут 3a совпадает с маршрутом 2a, повторение данных не целесообразно.

Таблица – Исходные данные (Маршрут 3b)

Маршрут	Протяженность (км)	Издержки (долл. США) ЕТТ, ТП СНГ	Время (час)
Затраты на погрузку на станции «Пекин»	–	25	–
Прочие издержки на станции «Пекин»	–	30	–
Китай (по железной дороге) Пекин – Маньчжоули	2335	3234	62
Российская Федерация (по железной дороге) Забайкальск – Красное	7069	1806	174
Беларусь (по железной дороге) Осиновка – Брест	609	487	20
Польша (по железной дороге) Тересполь – Варшава	210	330	5
Затраты на выгрузку на станции «Варшава»	–	35	–
Прочие издержки на станции «Варшава»	–	45	–
Всего			

Таблица – Исходные данные (Маршрут 4b)

Маршрут	Протяженность (км)	Издержки (долл. США) ЕТТ, ТП СНГ	Время (час)
Затраты на погрузку на станции «Пекин»	–	25	–
Прочие издержки на станции «Пекин»	–	30	–
Китай (по железной дороге) Пекин – Алашанькоу	3354	4675	86,5
Казахстан (по железной дороге) Достык – Петропавловск	1904	942	52
Российская Федерация (по железной дороге) Петропавловск – Красное	2845	1311	74
Беларусь (по железной дороге) Осиновка – Брест	609	487	20,5
Польша (по железной дороге) Тересполь – Варшава	210	330	5
Затраты на выгрузку на станции Варшава	–	35	–
Прочие издержки на станции Варшава	–	45	–
Всего			



Для прохождения теста по данной теме отсканируйте qr-код

Список использованной литературы

1. Логистика: Сборник кейсов и ситуационных игр для студентов всех форм обучения направления подготовки 38.03.01 «Экономика» / Сост. Л. Ю. Александрова, А. Ю. Мунши. – Чебоксары : ЧКИ РУК, 2019. – 68 с.
2. Логистика: тренинг и практикум : учебное пособие / Б. А. Аникин [и др.] ; ред. Б. А. Аникин, Т. А. Родкина. – Москва : Проспект, 2015. – 443 с.
3. Зорина, Т. Г. Международная логистика. Практикум : учеб. пособие для вузов / Т. Г. Зорина, С. В. Дирко. – Минск : БГЭУ, 2018. – 290 с.
4. Алехнович, А. В. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : практикум для студентов вузов / А. В. Алехнович – Минск : Дикта, 2007. – 248 с.
5. Бауэрсокс, Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс; под ред. В. И. Сергеева. – 2-е изд. / пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 640 с.
6. Сток, Джеймс Р. Стратегическое управление логистикой : пер. с 4-го англ. изд. / Дж. Р. Сток, Д.М. Ламберт ; науч. ред. В. И. Сергеев. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 79 с.
7. Международная логистика: методические указания для проведения практических занятий /СПбТЭИ; Сост.: С. Д. Суворова, О. М. Куликова. – СПб., 2010. – 22 с.

Учебное издание

Составители:

Медведева Гульнара Борангалиевна

Станкевич Дарья Владимировна

ПРАКТИКУМ

по дисциплине «Международная логистика»
для студентов специальности 1 -26 02 05 Логистика

Ответственный за выпуск: Станкевич Д. В.

Редактор: Митлошук М. А.

Компьютерная вёрстка: Соколюк А. П.

Корректор: Дударук С.А.

Подписано в печать 09.09.2022 г. Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага «Performer».
Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 3,26. Уч. изд. л. 3,5. Заказ № 1000. Тираж 19 экз.
Отпечатано на ризографе учреждения образования «Брестский государственный
технический университет». 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/235 от 24.03.2014 г.