

**Семинарска работа по предметот  
КОМЕРЦИЈАЛНА ЛОГИСТИКА**

Тема:

**Меѓународна логистика**

# Содржина

<b>Вовед .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Основи на меѓународната логистика и нејзината важност.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Односите помеѓу внатрешната и меѓународната логистика ....</b>	<b>6</b>
<b>3. Избор на меѓународни дистрибутивни канали .....</b>	<b>8</b>
<b>4. Модел на 4-те "D"-та .....</b>	<b>9</b>
<b>5. Меѓународниот бизнис и логистика. Концепти за логистичките трошоци .....</b>	<b>10</b>
<b>6. Методи за пристап на меѓународните пазари .....</b>	<b>12</b>
<b>7. Зголемување на значењето на еврологистиката .....</b>	<b>16</b>
<b>Заклучок .....</b>	<b>18</b>
<b>Користена литература.....</b>	<b>19</b>

## Вовед

*Меѓународната логистика вклучува опфаќа поширока област на работење, и голем број на активности од едноставни за транспорт до посложени манипулации со стока. Меѓународната логистика е дефинирано како континуиран процес на изградба и управување со систем за насочување и контролирање на проток на материјали, документација на производот од местото на подготовка и производство, како и на местото на задоволување на потребите на потрошувачите и на профитот на странските пазари. Од овие дефиниции можеме да видиме дека Меѓународната логистичка координира внатрешните и надворешните текови, и дека се однесува не само на физичко движење на готови производи, но исто така и движењето на потребните материјали и придружните комерцијални документи.*

*Домашната и меѓународните логистика се разликуваат. Разликите можат да бидат: организациски, институционални и од функционален карактер. Главно големите разлики постојат во деловната клима, очекувања и навиките на потрошувачите и регулаторни одредби на некои земји. Светот не е единствен пазар. Се соочуваат со поголема географска и културна дистанца.*

*Меѓународен логистика е задолжително да се соочи со решавањето на проблемите. Постоенето на различни валути, монетарен систем, даночната политика, девизниот курс, квоти за увоз директно влијае на обработка и логистички активности.*

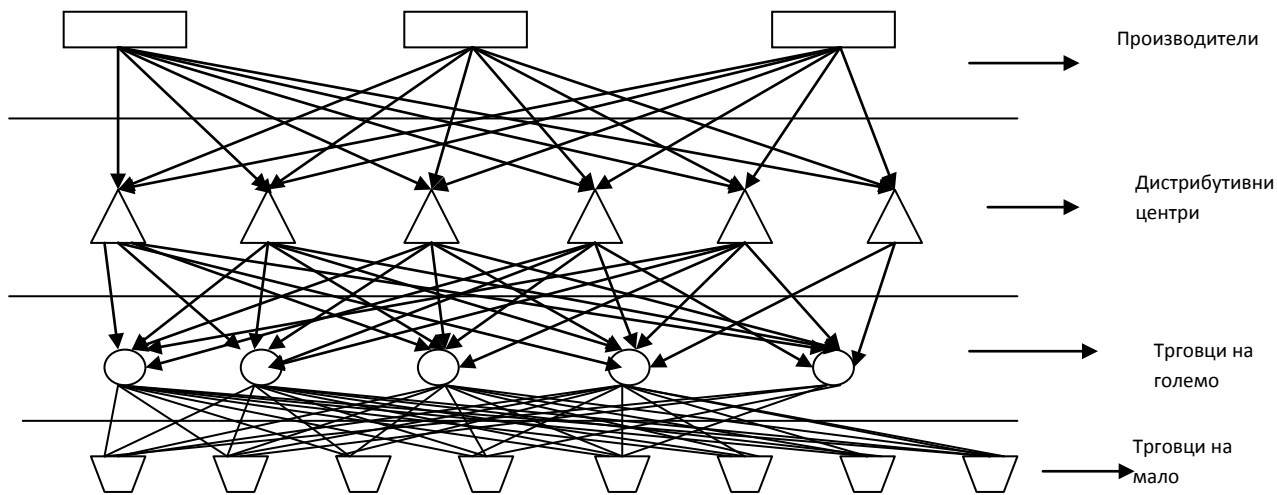
# 1. Основи на меѓународната логистика и нејзината важност

Меѓународната логистика може да се смета за проектирање и управување на систем, што го контролира протокот на материјали во една меѓународна компанија и ги опфаќа сите операции поврзани со движењето на производите, како при увоз и при извоз.

Случаи во кои се пројавува меѓународната логистика:

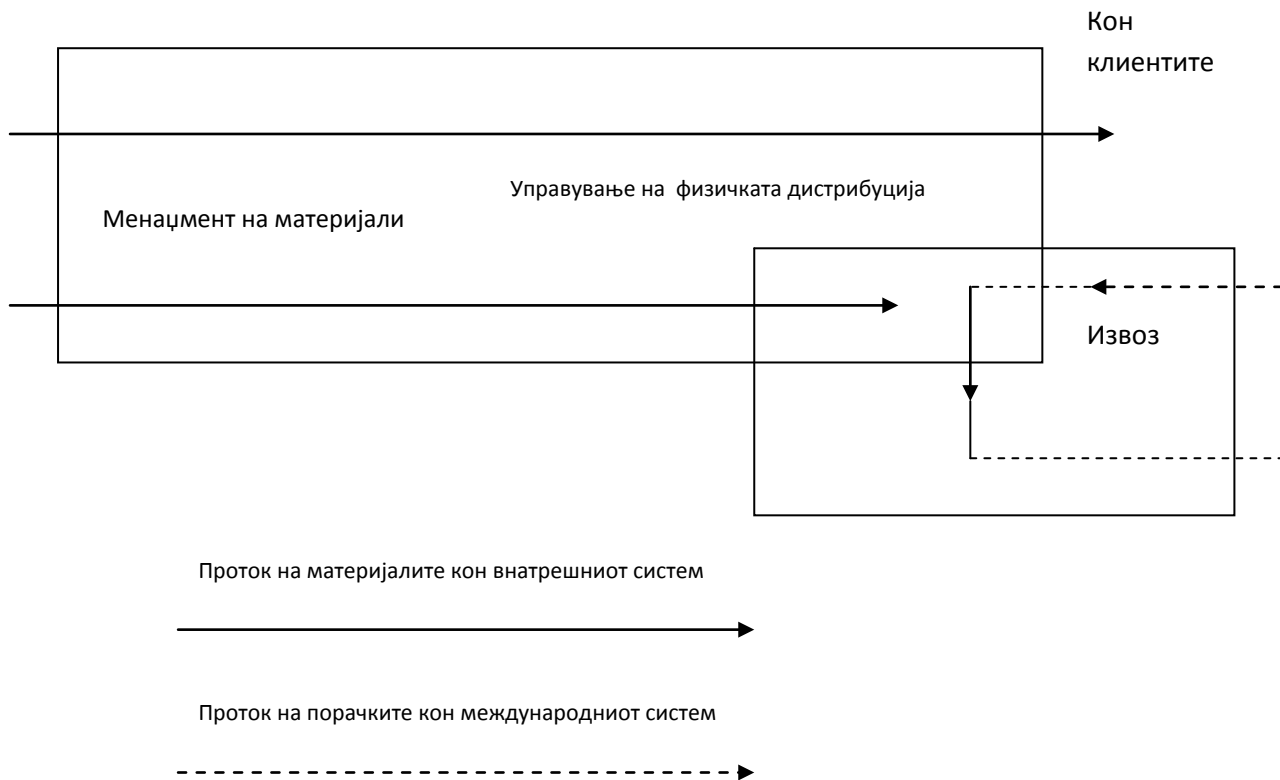
- 1) *Фирмата извезува дел од производството во странство;*
- 2) *Фирма увезува сировини, материјали и компоненти;*
- 3) *Стоките делумно се составуваат во една земја и се испраќаат во друго, каде што продолжува нивната вградување и обработка;*
- 4) *Производите се составување во друга земја и таму се дистрибутират во мајчината или други земји.*

Концептот на внатрешната логистика може да биде опишан како средство на протокот на производи, сировини, полупроизведени, делумно произведени и завршени производи од доставувачот кон клиентите. Обратниот проток на информации помага оптимизирањето на тој проток, истовремено намалувајќи ги трошоците и зголемувајќи го нивото на услуги. Логистичкиот синџир, преку кој што треба да се премине се изразува како збир од активности и операции кои се случуваат во определен редослед на одделни фази до добивањето на крајниот резултат (производ), при што е можно пониско координација и можност за пониски трошоци. Ова е конзистентен процес:



Меѓународниот систем на компанијата треба да е поврзан во голема мера со внатрешниот систем логистика, при што определува испораката на стоката. Она што недостасува на чистиот внатрешен систем, се дополнителните средства за обезбедување дека индивидуалните карактеристики на меѓународниот бизнис може да се управуваат ефикасно.

Од добавувачи



## 2. Односите помеѓу внатрешната и меѓународната логистика

За разлика од внатрешниот систем, меѓународната логистика бара многу блиска соработка и координација помеѓу продажбата и дистрибуцијата. Кај внатрешниот процес, логистиката е повеќе една реактивна функција, кој што ги задоволува редовните приливи од работата. Кај меѓународниот бизнис обработката на нарачка е сложено, а услужувањето на потрошувачите е тешко за контрола.

**Контролирани и неконтролирани фактори кои влијаат меѓународниот логистички систем .**

**1. Неконтролирани фактори** - се оние фактори, кои не подлежат на контрола од страна на логистичните менаџери и се карактеризираат со непредвидливост. Тие можат да бидат:

*а) политички и правни системи на странските земји – кој дефинираат правила;*

Интереси на влади во меѓународната логистика (во однос на фирмите, кој што навлегуваат во земјата):

- Владите се заинтересирани за индустрискиот развој на одредени индустрии;
- Експлоатацијата на природните ресурси-загриженост за темпото на експлоатација на нивните ресурси. Некои земји се обидуваат да поттикнат локална индустрија, која ќе ги користи овие сировини;
- Вработување (одржување на добар социјален ред) - зголемување на вработувањето во одредена област (посебни регулаторни механизми за промовирање на создавањето на работни места во одредени места);
- Зголемување на благосостојбата - во денешно време стекнувањето на добра е помалку важно од зголемувањето на трговската моќ (Јапонија не поседува речиси никакви блага);
- Приходите од тарифите да се користат во воениот сектор или социјалните активности.

**Со какви средства владите ги реализираат овие интереси:**

- Финансиска помош во форма на градење на фабрики и др.; Помош на фирмата да бара капитал, гарантирање на заеми или реинвестиции во локалните претпријатија;
- Даночни структури - олеснување на данокот на имот, приходите и добивката;
- Тарифните бариери - царините, чија цел е да даде ценовнс предност на локалните производители;
- Обезбедување на монопол во даден сектор може да привлече некој инвеститор (монопол за одреден временски период);
- Посебно барање на државата - одреден од сопственоста на некое претпријатие да е на локални лица.

**б) економските услови:**

- Двоумење во релативната вредност на две национални валути – да ја одредат насоката на трговија помеѓу две држави, влијаат врз приходите на превозникот;
- Флуктуации на вредноста на нафтата.

**в) технологијата - технолошкиот развој во областа на телекомуникациите и транспортот;**

**г) заштита на животната средина:**

- Премногу големи барања во некои земји за ниво на загадување на средината итн. можат да ги натераат инвеститорите да го пренасочат производството на друго место;

**д) социо-културниот фактор - зависи од големината на производството;**

**ѓ) Порастот на конкуренцијата на меѓународните пазари .**

**2. Контролирани фактори** - кон нив се вклучуваат сите логистички активности (складирање, транспорт, пакување, манипулирање). Повисоко ниво на услуга на клиентите бара повисоки трошоци. Соодносот на трошоците за услугата на клиентите во различни земји е различно.

## *Контрола на испорака*

Дефинирањето на границите на одговорноста за меѓународното движење помеѓу две земји е еден значителен проблем, доволен за Меѓународната трговска комора да спонзорира листата на стандарди - INCOTERMS, се утврдуваат надлежностите на извозникот и увозникот. Минималната одговорност за извозникот е Франко фабриката (EXW), кога извозникот има малку обврски, освен да обезбеди достапноста на производите на фабричната врата. Продавањето по услови Франко одборот (FOB) значи дека одговорноста е проширена до локацијата за транспорт.

### **3. Избор на меѓународни дистрибутивни канали**

Постојат две основни решенија - за физичкото движење на производите и за управувањето на каналот помеѓу производителот и клиентот. Овие методи за движење на стоките се директно и индиректно:

- **дирекна дистрибуција** - производителот сам ги поминува националните граници.
- **индирекна дистрибуција** - преку посредници на територијата на сопствената држава.

Изборот на еден од двата метода зависи од карактеристиките на стоките - вредност, волумен, густина и др. и од карактеристиките на компанијата производител - углед, финансиска состојба, степен на познавање на странски пазар и др. Индиректни канали ги избираат мали и почетнички фирми во меѓународната трговија, бидејќи немаат финансиска моќ или знаење и вештина за директен извоз. Таков канал можат да изберат и големи претпријатија кои имаат способности и можности, но го преферираат за тестирање на одредени пазари или трговија со оддалечени региони. Вообичаена практика е истовремена употреба и на двата вида канали. Факторите кои што ја поддржуваат употребата на истиот вид на канали кои се користат од претпријатието за националната трговија е максималното користење на добрата идеја. Факторите кои ќе го поддржуваат прилагодување на дистрибуцијата на националните особености имаат



различни структури на пазарите, пазарната сила на трговците на големо, трговците на мало и конкурентите.

## 4. Модел на 4-те "D"-та

Тоа е модел за проценка на разликите помеѓу меѓународна логистика и внатрешна логистика (distance, demand, diversity, documentation).

Начини за решавање на проблемот со разликите:

### A) Distance:

- 1) Да се изгради традиционален логистички систем од магацини, дистрибутивни центри, транспортни врски, кои ги покриваат сите меѓународни операции на компанијата.
- 2) Претпријатието да изгради сопствена логистичка компетентност – да бара поразвиено логистичко размислување.

**B) Demand:** Во меѓународната логистика се одржува поголема разновидност на производи, поради различните опции, што водат до по-високо ниво на резерви. Ова прашање може да се реши преку концептот за одложување на монтажа на крајниот производ до добивање на нарачка.

**C) Diversity** - разновидност во социо-културните карактеристики во различни земји - навики, обичаи и логистичка инфраструктура.

**D) Documentation** - посложен, поскап, по обем - во меѓународната логистика; потешкотии канали на документација.

## **5. Меѓународниот бизнис и логистика. Концепти за логистичките трошоци**

Постојат повеќе причини за влез на меѓународните пазари. Оваа причини можат да бидат како позитивно, така и негативни.

### **1. Негативни причини се:**

- а) суфицит на производство;
- б) маргинално ценообразување (кога ќе се земаат во предвид само промените на трошоци)
- в) одржување на имиџ.

### **2. Позитивни причини:**

- а) технолошко лидерство;
- б) трговска марка (позната трговска марка) - компанијата ќе го искористи ова како предност и на странските пазари;
- в) предности од големината;
- г) влезот во слободните пазарни местото;
- д) проширување на животниот циклус на производите;
- е) распределба на ризикот (распределбата на неколку меѓународни пазари, кој ја намалува зависноста од националниот пазар);
- ж) надоместување на сезонските флукуации (сезонските флукуации се различни во различни делови на светот);
- з) поседување на изворите за снабдување;
- и) проширување на изворите на капиталот, труд и технологија.

## ***Концепти за логистичните трошоци***

**Концепт за алтернативните трошоци** - фундаментален концепт по што станува јасно дека трошоците за одделни видови логистички активности во одредени случаи се судираат (создава економски конфликт). Појавата на една алтернативност, која овозможува на логистиката да се изберат опции и да се земат оптимални решенија во однос на трошоците. Оваа алтернативност се пројавува, кога се споредуваат трендовите во климатските трошоци за транспорт, одржување на резервите кој покажуваат обратна тенденција. Разходите за обработка на нарачка растат бидејќи за тоа влијае на прикажување на дополнителни услуги. При донесувањето на одлука за бројот на складиштето, логистите ги балансираат алтернативните трошоци со цел директно да ги намалат општи трошоци.

**Концепт за вкупните трошоци** - алатка за донесување на одлуки од гледна точка целта на логистиката е во основата на концептот за интегрирано управување. Водечка е идејата за меѓусебна поврзаност на трошоците и алтернативноста на одлуките, кои можат да се земат, но се бара баланс на двете алтернативни решенија (се појавува рамнотежа на трошоците).

**Концепт за заедничкиот систем** - почнува на сфаќањето дека добавувачите и клиентите се во заеднички систем и ако снабдувачите ги максимизираат своите трошоци, тоа може да не е корисно за клиентите (влијанието што има избор на транспорт на клиентот). Овој концепт се базира на теоријата за меѓусебна поврзаност и зависност помеѓу активностите на логистиката и заедничката цел, која ги обединува во систем. Тоа се смета за влијание на сите фактори при донесување на одлуки за управување на системот, во која се и добавувачи и купувачи. Пристапот на концептот за заедничкиот систем е преглед во логистички проблеми на патот на отворање на врски и зависности кои ако се игнориран можат да доведат до неоптимални решенија, а овој пристап е исклучително важен за логистика, бидејќи управувањето се поврвуа со другите функционални области во и надвор од границата на фирмата.

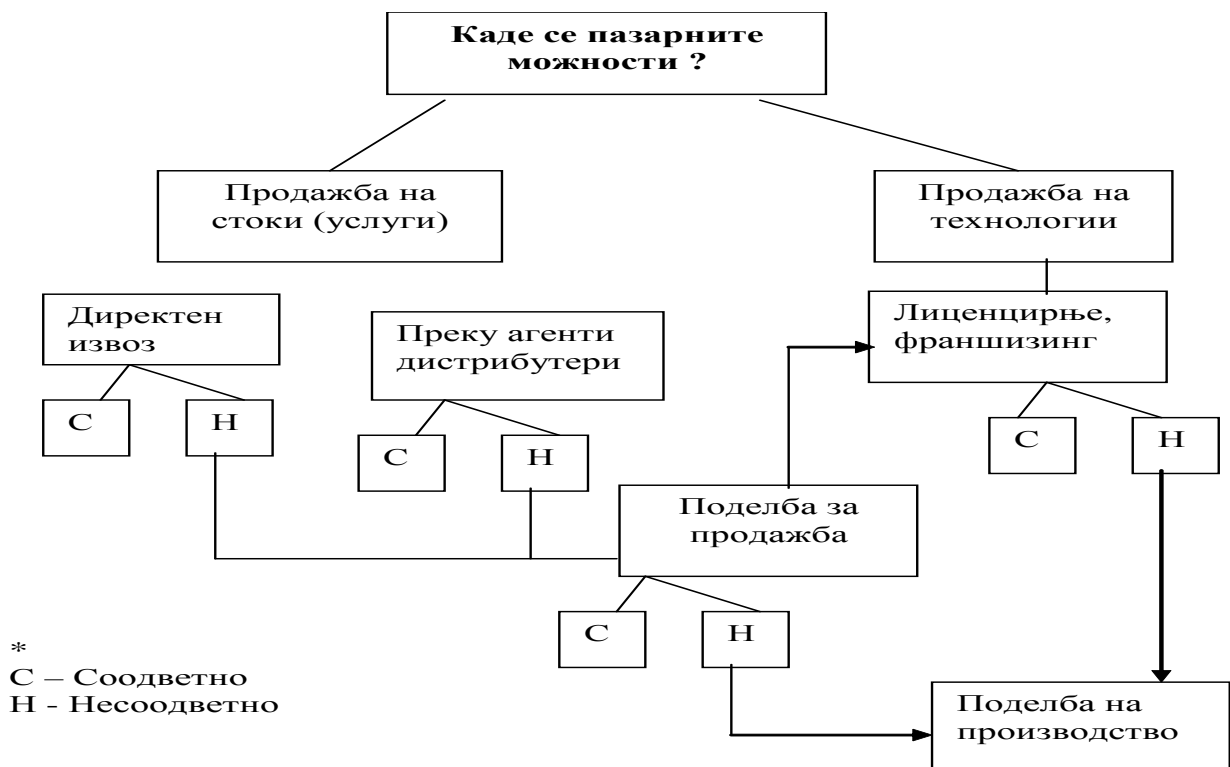
## 6. Методи за пристап на меѓународните пазари

Повеќето фирми, кога излегуваат на меѓународните пазари почнаа со просечни годишни продажби и постепено прошируваат на своите активности, додека постават трајно присуство на меѓународните пазари. Оваа теорија е позната како теорија на инкрементализам. Изучена е од бизнис практиката.

Резултат на оваа теорија е тричленен систем:

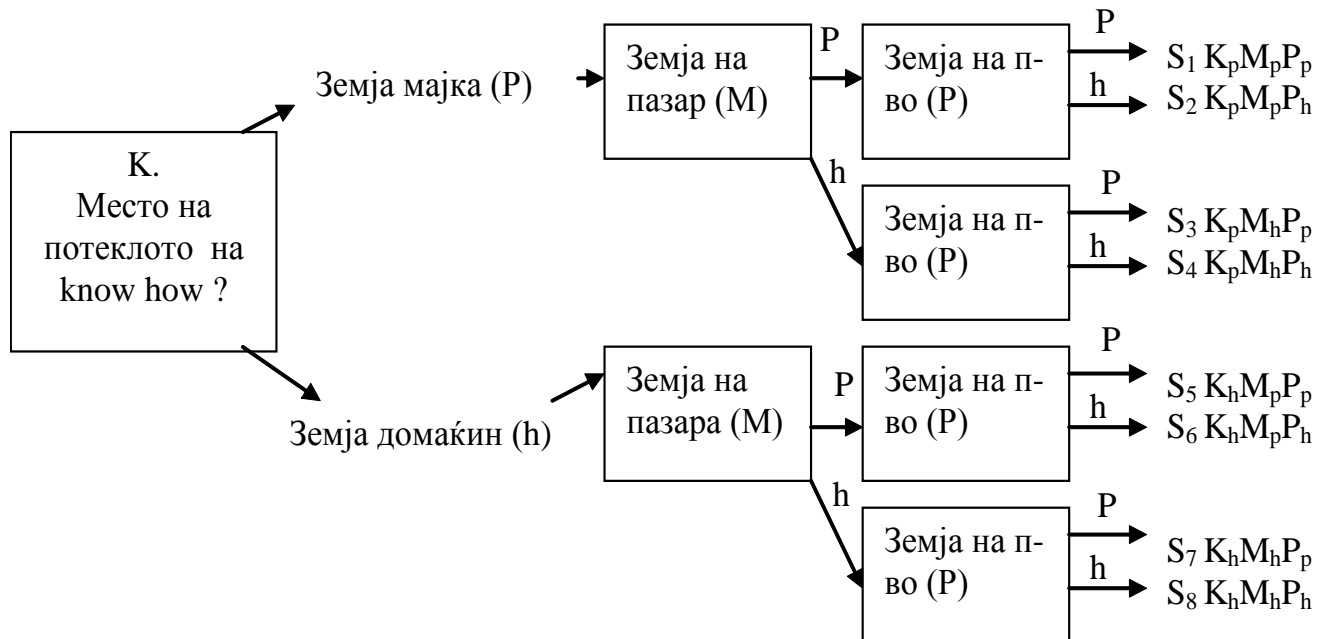
- 1) Извоз на стоки и услуги;
- 2) Трансфер на технологии;
- 3) Инвестиции (директни или портфолио).

Секој од овие 3 филијали вклучува различни активности:



Анализиране на стратегиите

## Резултати



Теорија на инкрементизма -  $S_1 \rightarrow S_3 \rightarrow S_4 \rightarrow S_2$

Теоријата за меѓународната трговија става акцент на конкурентската предност во една економија, на која се дозволува да се продава поевтино во друга. Таквите теории можат да лансира идеја дека цената е доминантен фактор во трговијата. Иако, тоа е вистина кај многу пазарни сектори, компанијата може да успее, исто така преку максимизирање на услугите, особено ако нејзината стратегија е насочена на одредени места, наместо кон една состојба на главниот пазар. Продавањето според цената јасно покажува намалување на логистичните трошоци во однос на сите други.

### Извоз - предности и недостатоци:

1. **Предности** - не се бараат значителни познавања за пазарот во странство (не е неопходно да се познаваат така добро пазарите);

а) поголема флексибилност на извозот - секогаш може да се повлече фирмата;

б) помал ризик во споредба со другите стратегии (поради отсуството на инвестиции (во производството и друго).;

в) помалку изложување на политичката неизвесност;

г) стекнување на искуство;

д) поголемите продажбени обеми можат да ги намалат производствените трошоци;

е) да се зголеми животниот циклус на производите.

## **2. Недостатоци:**

а) тешко натпреварување со локалните производители - бидејќи цената обично се варира со царини, такси, зум и поради посредниците;

б) слаба контрола врз маркетинг функција на пазарите: дистрибуција, промоција (бидејќи најголемиот дел се врши од посредници);

в) тешко сервисирање по враќање на производите (поради растојанија);

г) кога се излегува на друг пазар се наметнуваат модификации (на пример: промена на етикетата, пакувањето).

**Трансфер на технологија** - давањето на знаење и искуство за производство, неговото управување и маркетинг од страна на сопственикот против било кој надомест за одреден период.

### **1. Предности за трансфери:**

а) начин за правење на бизнис во странство, без значителни инвестиции (потребни се инвестиции за одржување на знаење и вештини од страна на компанијата). Целта на договорите за трансфер е да се спроведуваат без особен ризик. Се користи кога извозот и странските директни инвестиции се блокирани.

### **2. Недостатоци на трансферот на технологија:**

а) договорот тешко се прекинува;

б) претпријатието може да стане конкурент - да развие свои знаења и вештини и да развие сопствени начини за заштита: во договорот се вклучува цел за размена на технологиии.

**Лиценцен договор** - за обезбедување на патентирани знаење и искуство против одреден надомест (обично помалку од франшизингот). Овие сознанија се врзани главно со производството на даден производ, а не како кај франшизингот и маркетингот и т.н.

- Едноставно - се доделува на неколку посредници, тие од своја страна можат да даваат на други партнери;

- Исклучително - кога се обезбеди технологијата на еден партнер за одредена територија.

Има два приоди за решавање на платата:

1) Врз основа на трошоците што ги направил при лицензирањето за стекнување на овие вештини и патент;

2) На основа на добивката, која носи лиценца договор за двете земји.

Форми на решавање на платата:

а) процент од прометот (продажбата);

б) процент од производството (на сметка на лицензаторот - даваат лиценца);

в) на база на паусиално.

### **Договор за Know-how:**

Ова е договор за непатентовани знаење и искуство. Обично оди со лиценца договор (пример: кога се претставува специјална техничка документација информации како да се организира самото производство).

### **Франшизинг:**

Трговски знаење и трговска марка. Обично се претставува цел пакет, вклучувајќи формулираност на целата идеја. Исто така се обезбедуваат посебни програми за обука, кои има давател на франшиза .

## 7. Зголемување на значењето на еврологистиката

Исклучителна динамика на еврологистиката се одвива истовремено со создавањето на ЕУ. Тоа е процес, која се карактеризира со отстранувањето на повеќето логистички бариери на европскиот внатрешен пазар. Суштинско значење има проширување на европските логистички системи, кои се основа на трансферот на европродуктите на целата територија на ЕУ. Изградбата на интегрирани европски системи на дистрибуција и покривањето на целиот европазар од фирми кои продаваат хомогени европродукти, бара распоредување на нови форми на еврологистиката. За тоа помага различната и насочена структура на логистиката кон целиот европазар. Следат нови трендови и промени кои создаваат можност за централизирано управување на логистичните процеси во меѓународно и национално ниво. Европската структура на логистиката, изразувана во интеграција на логистичните процеси и системи помеѓу земјите и регионите, доведува до формирање на нова политика во однос на еврологистиката. Новите трендови водат до создавање на т.н. микрологистика која се занимава главно со снабдувањето на европските, националните или локалните пазари. Се создава и макрологистика, чии допирни точки се наоѓаат помеѓу производството, евроскладирањето, снабдувањето just-in-time и националните или регионалните пазари. Во последно време европските логистички системи создаваат можност за оптимално користење на местото на производство, складирање, купување, продажба и транспорт. Европазарот стимулира логистичка комбинација, која се состои од еврокупување, достава just-in-time, системи за составување и монтажа и дополнување на производите. Оваа комбинација овозможува европска поделба на труд, создава можност за намалување на трошоците и овозможува конкурентна предност на пазарот. Постигнувањето на конкурентна предност во еврологистиката се следи во еврокупувањата како резултат на користење на полуготови производи купени во други земји на европскиот внатрешен пазар и соработка во областа на истражувањето со другите европски фирми. Новите системи во еврологистиката можат да бидат класифицирани во овие групи, чии избор зависи од спецификата на производите, обемот на стоките, местата на производство и намена на производот:



- Систем на централизирање - европските фирми градат и прошируваат систем од мрежи, вклучувајќи складишта, кои имаат за задача да ги снабдуваат сите делови на пазарот, вклучувајќи ги и периферните региони.

- Систем на регионализација – кој дејствува во регионален и европско ниво. Претпријатија склучуваат со други фирми договори за соработка или стратешки сојузи, чија задача е оптимално користење на расположливите ресурси на одредена територија за пренесување на стока.

- Вертикален систем - на ниво на регионален пласмент се формираат стратешки сојузи меѓу производителите на ист асортиман производи како што се дава можност за заедничка дистрибуција.

Политиката на евродистрибуцијата се карактеризира со голема динамика на развиеност, насочена кон се поголемо стандардизирање на пласмента во ЕУ. Значително влијание врз оваа динамика има прогресивниот развој на нови еврологистички системи и европеизирањето и концентрацијата на трговијата во Европа.

## Заклучок

*Од сето ова можеме да заклучиме дека меѓународната логистика подразбира селекција и користење на канали на продажба и физички пренос на производите во странските земји. Компанијата може да продава директно, користејќи ја сопствената продажна моќ или користејќи ги услугите на надворешни посредници за извршување на трансакциите. При тоа, мора детално да бидат проучени традиционалните односи, можноста за користење на посреднички услуги, разликите во шемите на трговијата на мало од оние дома и во странство, владините рестрикции, трошоци итн.*

*Меѓународната логистика е функцијата одговорна за текот на материјали од снабдувачите во организација, низ определени операции во самата организација и на крај доделувајќи ги на своите клиенти.*

## Користена литература

1. Lambert, D; Strategic Logistic Management, Tata Mc Graw hill, New Delhi. 2003
2. Satish C. Ailawadi & Rakesh Singh: Logistics Management, Prentice hall , 2005
3. Pierre David: International Logistics, Biztantra 2003

[www.MaturskiRadovi.NET](http://www.MaturskiRadovi.NET)

Gotovi seminarski, maturski, maturalni i diplomski radovi iz raznih oblasti, lektire , puškice, tutorijali, referati. [www.MaturskiRadovi.Net](http://www.MaturskiRadovi.Net) je specijalizovan tim za usluge visokokvalitetnog pisanja, istraživanja i obradu teksta za kompletan region Balkana.

Posetite nas na sajtovima ispod:

<http://www.maturskiradovi.net>

<http://www.maturski.net>

<http://www.seminarskirad.org>

<http://www.seminarskirad.info>

<http://www.seminarskirad.biz>

<http://www.maturski.org>

<http://www.magistarski.com>

<http://www.essaysx.com>

<http://www.facebook.com/DiplomskiRadovi>

Takođe, na sajtu pronađite i tutorijale, referate, primere radova, prepričane lektire, vesti, čitaonicu... Na ovom sajtu ste u prilici pronaći preko 10000 radova iz raznih oblasti: ekonomija (menadžment, marketing, finansija, elektronskog poslovanja, internet tehnologija, biznis planovi, makroekonomija, mikroekonomija, preduzetništvo, upravljanje ljudskim resursima, ...), informatika (internet, informacione tehnologije, softver, hardver, operativni sistemi, baze podataka, programiranje, informacioni sistemi, računarske mreže, ...), biologija i ekologija, filozofija, istorija, geografija, fizika, hemija, književnost, matematika, likovno, psihologija, sociologija, ostali predmeti (politika, saobraćaj, mašinstvo, sport, muzika, arhitektura, pravo, ustav, medicina, engleski jezik, ...).

Uspostavljanjem ovog projekta, zadovoljila se i veoma prisutna potreba za specijalizovanim timom, koji će na studente i omladinu pravovremeno i adekvatno delovati u edukativnom i pozitivno usmeravajućem pravcu, ali i predstavljati efikasnu podršku u pisanju sopstvenih radova.

U cilju pružanja što kvalitetnijeg sadržaja radova, okupljen je odabrani tim, sastavljen od iskusnih stručnjaka iz različitih oblasti, čiji je cilj da autorskim pristupom i prepoznatljivim stilom izrađuju i istražuju najrazličitije oblasti i afirmišu slučajeve iz prakse.

Za sada posedujemo gotove radove iz oblasti prava, ekonomije, ekonomike preduzeća, javnih finansija, spoljnotrgovinskog poslovanja, informatike, programiranja, matematike, fizike, hemije, biologije, ekologije, menadžmenta, astronomije, carine, špedicije, poreskog sistema, javne uprave, računovodstva..., a uskoro ćemo se proširiti i na ostale oblasti. Inače, izrada maturalnih, seminarskih, diplomskih radova po želji je naša primarna opcija. Nakon što aplicirate za određeni rad, dobićete odgovor najkasnije za 24h.