

Экологическая безопасность внешнеторговой деятельности.

В конкурентной бизнес среде, выбор поставщиков представляет собой один из наиболее важных вопросов, с которыми сталкиваются фирма-производитель.

Стоимость сырья включает в себя:

- 1) Окончательную стоимость продукта и выбор соответствующих поставщиков значительное снижение затрат.
- 2) Затраты в производственных фирмах. Два типа выбора поставщика занимают видное место в современной практике.

Первый тип (один источник), один поставщик может удовлетворить все требования покупателя и покупатель должен сделать только одно решение : найти лучшего поставщика.

Второй и более распространенный тип (несколько источников), более чем один поставщик не может быть выбран, потому что ни один поставщик не может удовлетворить все требования покупателя. Таким образом, для эффективного управления цепочкой поставок, фирмы должны выбрать лучший набор поставщиков и найти, какое количество должно быть выделено среди них для создания постоянной среды конкурентоспособности. Кроме того, с изменением экологических требований, влияющих на производственные операции , все большее внимание также требуется уделять разработке эффективного экологического менеджмента (ЭМ) и стратегии цепи поставок.[1]

Мероприятия, включенные в Зеленый коридор поставок (GSCM) являются повторное использование, переработка, восстановление, обратное отправление и т.д. Среди различных вопросов в GSCM поставщиком, выбор является ключевой проблемой: решение для улучшения экологических показателей. Это объясняется тем, что хороший поставщик помогает с поставкой материалов, которые соответствуют правилам и нормам операций.[2]

Важным организационным вопросом, который играет значительную роль в содействии и эффективности между партнерами - это облегчение экологических показателей, минимизация отходов и экономия денег. Для достижения корпоративной прибыли и установления цен на рынке акций. Он также улучшает экологическую эффективность организаций и их партнеров.

Понятия традиционного управления цепочками поставок становится все более сложными и конкурентными. Поскольку процесс преобразования сырья в итоге доставляется к конечному пользователю. В нынешнюю эпоху анализ каждого человека не менее важен. Таким образом, концепция цепочки поставок возникла в процессе производства, начиная от получения сырья до окончательной сдачи продукта.[3] Изменения в состоянии окружающей среды, последующее общественное давление и экологические проблемы имеют место в жизни, как следствие сдвиг в производстве и деловой практике. Важно проанализировать весь эффект жизненного цикла всех процессов и продуктов. Таким образом структура традиционной цепочки поставок будет расширена и входит в состав продукта. После рассмотрения существующей литературы, можно сделать вывод, что концепция SCM должна быть реконструирована в зеленом контексте. Механизм приводит к многочисленным проблемам, затрагивающим стратегическое и оперативное снабжение. Сеть требует создания и внедрения новых систем оценки эффективности. В связи с этим, критерии выбора поставщика должны быть переработаны в соответствии с необходимостью.[4]

Список литературы.

1. Международный журнал Управление стоимостью и цепочками поставок (IJMVSC) Том 5, № 1, март 2014
<http://airccse.org/journal/mvsc/papers/5114ijmvsc03.pdf> [1]
2. Джонсон С. М., Г. (2004), . Логистика и окружающая среда, Международный журнал по логистике: Исследование и Заявления, 137-149.
3. Йонас А.А., (2001). Как стандартизированные системы экологического менеджмента влияют на экологические показатели и бизнес, Технологический институт, Линчепинг Университет. Швеция.
4. Бауманн П.Л., (2002), Отображение разработки продукта: инженерные, политические и бизнес-перспективы., 409-425.
5. Маузер, Р.А., (2002), Эволюция экологического менеджмента: от моделей этапе к оценке эффективности, бизнес-стратегии и окружающая среда, 14-31.
6. Навроцка, Д.К., (2008) , экологического менеджмента цепочки поставок, ISO 14001 и RoHS. Как небольшие компании в секторе управления электроники, Корпоративная социальная ответственность и экологический менеджмент, 349-360