

**ВЛИЯНИЕ ИМПОРТНОЙ СТОИМОСТИ
ПРОМЕЖУТОЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ
НА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

THE INFLUENCE OF THE IMPORT COST OF INTERMEDIATE
CONSUMPTION ON THE PERFORMANCE
OF A LOGISTICS ENTERPRISE

Месник Д. Н., канд. экон. наук, доц.,
Пильгун Т. В., канд. техн. наук, доц.,
Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь
D. Mesnik, Ph. D. in Econ., Ass. Prof.,
T. Pilgun, Ph. D. in Eng., Ass. Prof.,
Belarusian National Technical University, Minsk, Belarus

В данной статье рассмотрен механизм взаимодействия чувствительности прироста добавленной стоимости к факторам, ее определяющим в управлении цепочкой создания добавленной стоимости участников транспортно-логистической системы.

This article examines the mechanism of interaction between the sensitivity of added value growth and its determining factors in the management of the added value chain of participants in the transport and logistics system.

Ключевые слова: услуга, развитие, экономика, транспортная система, импорт, механизм, модель, добавленная стоимость.

Keywords: service, development, economy, transport system, import, mechanism, model, value added.

ВВЕДЕНИЕ

Будущее развитие логистических предприятий не сможет не опираться на новые современные экономические инструменты. Одним из таких инструментов выступает управление цепочкой создания стоимости (value chain management), суть которого сводиться к детальной проработке стадий обеспечения предприятий-производите-

лей импортными и собственными ресурсами, а также доведения оказания услуг (товарной продукции) до конечного потребителя. В этой связи, многие субъекты транспортно-логистической системы Республики Беларусь специализируются на стадии производства услуг (продукции), учитывая перспективы распределения добавленной стоимости между участниками цепочки ее создания. Однако важность стадии потребления находит свое подтверждение удельной составляющей импорта услуг, реализуемых не белорусскими производителями. Так, по продукции зарубежных производителей автозапчастей и смазочных материалов удельный вес импорта составляет до 60 % в отпускной цене (без торговой надбавки). Поэтому в повышении результативности импортной деятельности логистических предприятий необходимо исследовать цепочку создания добавленной стоимости каждым участником в удовлетворение потребностей конечного потребителя.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ВЛИЯНИЯ ИМПОРТНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ, ТОРГОВОЙ НАЦЕНКИ НА ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ

Широко используемыми в зарубежной практике и наиболее типичными решения поэтапного формирования стоимости импортной продукции выступают: решение о собственном производстве, создании и размещении новых предприятий; создании распределительных сетей и сетей послепродажного обслуживания и другие. Однако предприятия транспортно-логистической системы узко специализированы и вынуждены прибегать к взаимодействию с третьими лицами в приобретении промежуточного импорта. С другой стороны, имеет место маркетинговый подход к управлению стоимостными цепочками, сосредоточенный на учете потребительских предпочтений, где скрыт обоюдный интерес в разрешении споров к распределению экономической выгоды.

На практике международной торговли подлежат обоснованию подходы и методы, в основе которых лежит международное разделение труда. Практическая реализация совершенствования импортной деятельности управлением цепочки создания стоимости тесно связана с разделением труда.

В научно-исследовательской литературе зарубежных авторов выделяют несколько альтернативно сопоставляемых путей, а именно:

– «нижний путь» (low road to competitiveness), суть которого заключается в определении максимального снижения стоимости труда (или определенных ресурсов) поставщиков импортной продукции;

– «верхний путь» (high road to competitiveness), в основе которого лежит совершенствование организации посредством повышения конкурентных преимуществ в реализации импортной продукции [1].

Рассматривая «верхний путь», то здесь необходимо обеспечить высокий уровень оплаты труда, что требует наиболее высокую добавленную стоимость импорта. А это тесно связано с популяризацией бренда производителя (посредника) импортной продукции, инновационного подхода создания распределительных сетей, совершенствования организации ее продвижения к конечному потребителю.

Придерживаясь «нижнего пути» необходимо сгладить препятствующее сопротивление преимуществ «верхнего пути» и его факторов повышения конкурентоспособности импортной продукции. Что успешно достигается в одном единении в поэтапной цепочке создания стоимости оптовой торговлей импортных комплектующих и запасных частей, доступных ценовым фактором большинству потребителей.

В гонке за низкой себестоимостью в обеспечении импортной продукции конкурентного преимущества предприятия, как правило, идут по направлению сокращения оплаты труда основных работников. И эта импортная продукция продается на тех сегментах рынка, где очень низкая роль ее бренда. Тогда как эффективность обеспечивается посредством увеличения объемов продаж продукции.

Выбор «верхнего пути» в удовлетворении потребителей импортной продукцией требует расширения фирменной торговли, обеспечивая высокие по качеству потребительские свойства этой импортной продукции и условий ее продвижения до конечного потребления. Для субъектов транспортно-логистической системы, связанных цепочкой создания стоимости, важно максимизировать общую добавленную стоимость.

Практический опыт ООО «СВИАТ», свидетельствует, что отпускная цена структурно состоит из «импортной составляющей» на 50–60 % по разным группам импортной продукции; из «прочих за-

трат», включающих и материальные затраты, на 25–30 %; из «добавленной стоимости» на 10–25 %. Тогда как торговая надбавка (T_n) нередко достигает 30 % к отпускной цене (рис. 1).

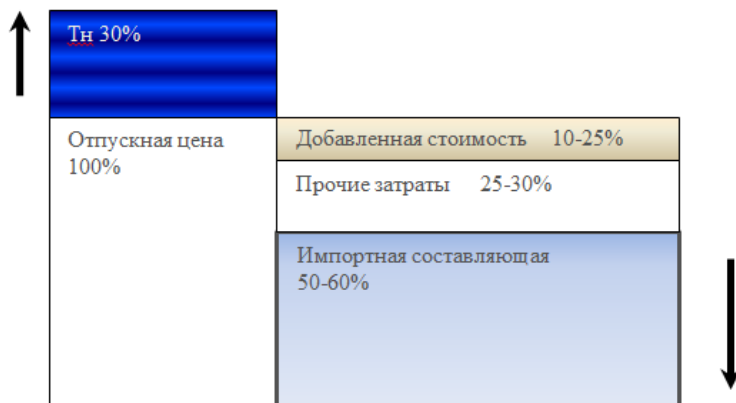


Рисунок 1 – Структура доходов и затрат производителя
Примечание: Собственная разработка на основе [2]

Важность максимизации общей добавленной стоимости выступает приоритетным критерием развития белорусских предприятий и организаций. Поэтому выбор показателя добавленной стоимости ориентирован на принятие решения, касающегося пути его развития в новых экономических реалиях. В цепочке создания стоимости на стадии производства добавленная стоимость выступает разницей между отпускной ценой предприятия и материальными затратами, на стадии реализации она представлена торговой надбавкой, уровень которой к рекомендациям составляет до 30 % к цене.

Исследованием допускаем исходными данными следующих относительных величин – размер торговой надбавки (T_n) и ее доля в отпускной цене ($D_{ТН}$), доля импортной составляющей в общем объеме прочих затрат и импортной составляющей ($D_{ИМ}$):

$$D_{ТН} = \frac{T_n}{O_{Ц}} \cdot 100 \% , \quad (1)$$

$$D_{\text{им}} = \frac{\text{ИМ}_C}{\text{ИМ}_C + \text{ПЗ}} \cdot 100 \%, \quad (2)$$

где ПЗ – прочие затраты, руб./год (либо отн. ед.).

Изменение фактора $D_{\text{Тн}}$ позволяет оценить потенциальные возможности роста добавленной стоимости при выборе «верхнего пути» развития логистического предприятия. Тогда как изменение фактора $D_{\text{им}}$ дает представление о возможностях роста добавленной стоимости, выбрав «нижний путь» (рис. 2).

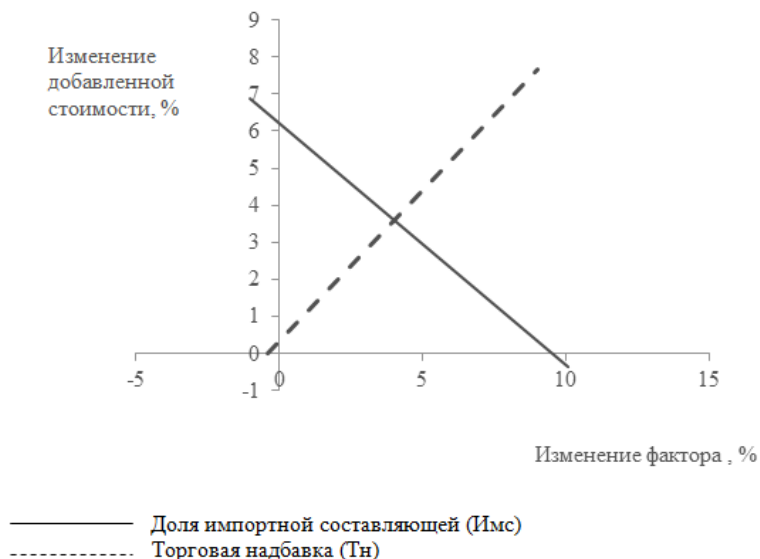


Рисунок 2 – Результаты анализа чувствительности прироста добавленной стоимости к факторам T_n и ИМ_C

Примечание: собственная разработка на основе [2]

Данные рис. 2 демонстрируют, изменения (увеличение) торговой надбавки и одновременно изменение (уменьшение) доли импортной составляющей по запасным частям приводит к изменению добавленной стоимости до 3,5 %. В результате данного анализа установлено:

– воздействие исследуемых факторов на размер добавленной стоимости зависит от доли добавленной стоимости в отпускной цене;

– рост торговой надбавки при реализации продукции через логистические центры потенциально позволяет увеличить добавленную стоимость до 50 %, при том, что спрос на автомобильные запчасти и смазочные материалы не снизится.

Исследуем чувствительность добавленной стоимости к изменению торговой надбавки при различных значениях коэффициента эластичности (рис. 3).

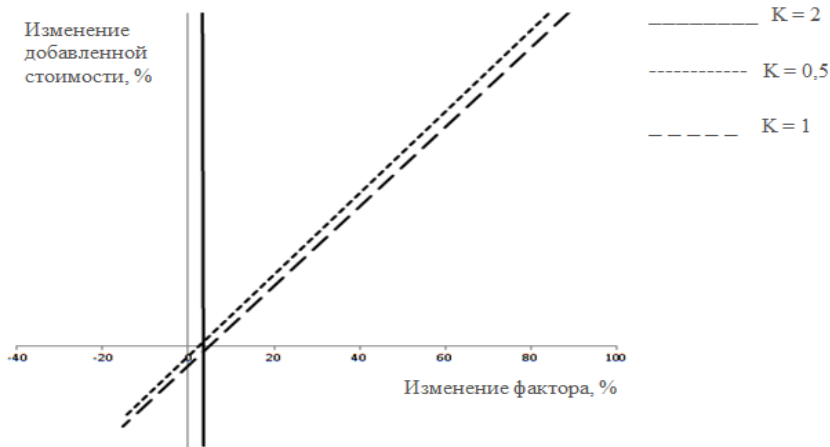


Рисунок 3 – Результаты анализа чувствительности изменения добавленной стоимости к изменению торговой надбавки

Примечание: собственная разработка на основе [2]

Представленные на рис. 3 результаты позволяют заключить следующие рекомендационного характера выводы:

– увеличение торговой надбавки оказывает положительное влияние на рост добавленной стоимости при условии низкой эластичности спроса к цене ($K = 0,5$);

– в случае высокоэластичного спроса ($K = 2$) положительный эффект в росте добавленной стоимости будет наблюдаться благодаря увеличению 30-процентной торговой надбавки еще на 4–5 % к отпускной цене;

– при низкой эластичности спроса положительный эффект от увеличения торговой надбавки будет сопровождаться снижением продаж в натуральном измерении;

– при условии высокой эластичности эффект в росте добавленной стоимости от увеличения объема продаж может быть усилен эффектом от снижения доли импортной составляющей в отпускной цене;

– выбор того или иного пути развития по продвижению импортной продукции к конечному покупателю ключевым фактором выступит величина эластичности спроса. Зная данный параметр для различных сегментов рынка, можно подбирать из них более выгодные условия продвижения продукции по цепочке создания стоимости.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Углубление партнерских отношений с основными поставщиками и транспортными компаниями способствует увеличению качества и снижению стоимости импортируемой составляющей в стоимости оказания услуг логистическими предприятиями.

Введение инновационного подхода оценки эффективности экспортно-импортных операций и результативности деятельности участников цепочки поставок, позволяет своевременно и правильно скорректировать стратегию их поведения при заключении контрактов с зарубежными партнерами.

Грамотная маркетинговая политика, с использованием электронной коммерции позволяет выработать гибкость и адаптивность во внешне-экономической деятельности логистических предприятий.

Использование современных подходов к исследованию чувствительности изменения добавленной стоимости позволяет расширить возможности логистических предприятий на этапе реализации стратегии диверсификации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Arnold, C. E. Where the Low Road and High Road Meet: Flexible Employment in Global Value Chains / C. E. Arnold // *Journal of Contemporary Asia*, 2010. – Vol. 40, No. 4. – P. 612–637.

2. Структурные преобразования и модернизация экономики: монография / под ред. д-ров экон. наук, проф. А. А. Быкова и М. И. Ноздрина-Плотницкого. – Минск : ООО «Мисанта», 2013. – 191 с.

Представлено 04.05.2024