

## ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИЗДЕРЖКИ В ИНТЕГРАЛЬНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПЯХ

А. В. МИТРЕНКОВА

*Белорусский государственный университет транспорта, г. Гомель*

Формирование конечной цены потребления, т. е. цены реализации, включает использование двух субъектов рынка: маркетинга – потому что он участвует в формировании отпускной цены, и логистики – участвует в формировании конечной цены потребления (реализуемой цены). Нормальные рыночные отношения предполагают, что процесс купли-продажи товаров будет осуществляться тогда, когда интересы продавца и потребителя совпадут. А это сделать очень непросто. Дело в том, что цена спроса и цена предложения имеют различную направленность. Цена предложения характеризуется минимальной ценой, по которой товаропроизводители и товаровладельцы хотели бы предложить свои товары на рынок. При увеличении цены производитель заинтересован в росте выпуска своего товара. Цена спроса, наоборот, характеризуется максимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за приобретаемый товар. При этом отпускная цена еще сильнее влияет на конечную цену.

Отпускная цена предприятия, по которой продукция покидает территорию товаропроизводителя, состоит из внутренних расходов (включая маркетинговые издержки) и необходимой для нормального существования и развития прибыли. Для реализации товар поступает в каналы сбыта, распределения и, наконец, на рынок.

Важная особенность данного интегрированного подхода к формированию конечной цены потребления заключается в поиске таких прямых или косвенных каналов товародвижения, чтобы установление рыночной цены не подлежало децентрализации и поэтому не осуществлялось изолированно в каждом звене ценообразования.

Для эффективного решения будущих проблем конкурентоспособности предприятия и организации, связанных с вопросами товародвижения в сфере обращения, важно четко определить составляющие элементы величины логистических издержек. Исходя из теории логистических технологий, логистические издержки ( $C_n$ ) в сфере обращения будут формироваться из следующих составляющих:

$$C_n = \sum_i^m T_i + C + Э(О) + C_c + И + T_r + Д + В,$$

где  $T_i$  – стоимость (тариф) перевозки  $i$ -м видом транспорта;  $C$  – складские, терминальные издержки;  $Э(О)$  – экспедиторские, операторские издержки;  $C_c$  – издержки страхования;  $И$  – информационные издержки;  $T_r$  – таможенные издержки для экспортных товаров (таможенное оформление);  $Д$  – издержки торговых, дилерских посредников;  $В$  – издержки по возврату поставленных некондиционных товаров и рециклинговые поставки на повторную переработку, т. е. возврат.

Однако на этом функция логистики для конкретных предприятий не оканчивается. Для формирования целостности предложенной концепции формирования цены необходимо учитывать и те логистические издержки, которые образуются в начале логистической цепи, но относятся непосредственно к сфере производства. Это, прежде всего, издержки, связанные со снабжением сырьем, различными материалами, комплектующими, компонентами и др., а также логистические издержки, обусловленные непосредственно технологическим циклом производства. Учет этих расходов позволяет также активно влиять на установление конечной цены реализации.

На основе имеющихся данных и проведенных натурных наблюдений, на принципах системного подхода, был установлен характер важнейших взаимосвязей, складывающихся на рынке между снабжением, транспортом, сбытом и производством.

Интегрально-логистическая цепь может иметь как естественный, прямой поток хозяйственных связей, т. е. сырье – материалы – комплектующие и т. д., так и обратный, маркетинговый, когда в качестве исходных данных выступает конкретный рыночный спрос на товар (товарный ресурс) с

необходимой логистической услугой. В этом случае каждый этап рыночной логистической цепи выступает первым.

Таким образом, это некая сложная система, которая носит характерные рыночные черты и маркетинга, и логистических технологий. Поэтому такую интегрально-логистическую цепь можно назвать также маркетингологистической цепью.

Для функционирования интегральной цепи должен создаваться некий организационный, координирующий центр управления. На практике существование таких интегральных цепей встречается сравнительно редко. В прошлом Госплан и Госснаб СССР работали по централизованной структуре и на основе утвержденных заявок министерств, низовых предприятий и организаций составляли «сверху» материальные балансы и планы распределения оборудования, которые затем утверждались правительственными органами. После этого соответствующие государственные структуры доводили одновременно эти планы и до поставщиков, и до потребителей, между которыми и заключались хозяйственные договоры на поставку. Так функционировал рынок продавца, который сейчас восстановить уже невозможно.

В настоящее время полные интегрально-логистические цепи создаются в двух важных секторах экономики: машиностроении и сырьевых отраслях. Некоторые из них действуют с использованием внутрифирменной автоматизированной технологии потока работ (workflow) с соответствующими программными продуктами и широко распространенными системами электронного обмена данными EDI. Существование единой логистической цепи возможно только в том случае, если рыночный товар является конечным продуктом всей цепочки труда, произведенным для продажи на рынке.

Это, например, высокотехнологичные и машиностроительные вертикально-интегрированные транснациональные корпорации (ТНК), которые «не имея своего отечества» создают филиалы и дочерние компании в различных странах. Филиалы располагаются в тех странах мира, где налоговое законодательство наиболее щадящее, а трудовые ресурсы наиболее дешевые. Сборочные заводы ТНК создаются, как правило, в странах с максимальной платежеспособностью, а филиалы по производству комплектующих размещаются в развивающихся странах. Благодаря внедрению логистических технологий в ТНК почти отсутствует внутрикорпоративная технология. Внутрифирменная торговля, а следовательно, и логистизация материального потока в ТНК достигает 60–75 %. Только 25–40 % комплектующих в таких корпорациях поступает на «рыночных правах» от других фирм, не подчиненных ТНК. Естественно, в таких условиях ТНК заинтересованы в распространении правил ВТО на все страны мира в целях снижения таможенных барьеров.

Аналогичная ситуация складывается в сырьевых отраслях, которые являются основными нашими экспортерами, так как доля глубокой переработки продукции для экспорта в стране пока не превышает 15 %.

Правда, возможности успешного образования интегрально-логистических цепей ограничены, что объясняется еще недостаточной структуризацией отраслей экономики.

Чтобы получить исчерпывающую информацию для обоснованного выбора тех или иных логистических цепей в практической рыночной деятельности и сделать окончательный выбор соответствующей стратегии, необходимо опираться на более глубокий анализ видов обеспечения логистики.

#### Список литературы

1 Липатова, О. В. Современное состояние и развитие системы показателей оценки эффективности функционирования логистических систем / О. В. Липатова, Е. С. Макаревич // Рынок транспортных услуг (проблемы повышения эффективности) : междунар. сб. науч. тр. – 2014. – Вып. 7. – С. 128–135.

2 Липатова, О. В. Современные проблемы экономической оценки качества логистического обслуживания грузоперевозок на предприятиях транспорта / О. В. Липатова, С. А. Маслокова, Ю. А. Шинкоренко // Рынок транспортных услуг (проблемы повышения эффективности) : междунар. сб. науч. тр. – 2017. – Вып. 10. – С. 101–108.