

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕЛОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИОННОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Котлярова Дарья Владимировна

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ
г. Минск, Республика Беларусь

The article presents a study on determination of a specific strategy in the formation of logistics service system under inflation instability.

Инфляционные процессы в нашей стране, усиливающиеся в масштабах общей экономики и имеющие хронический характер, все более подрывающие общепринятые законы товарно-денежного обращения, можно считать одной из закономерностей существующего экономического периода.

Особая сложность связана с тем, что данный феномен представляет собой многофакторное социально-экономическое явление, характеризующее денежные, производственный и воспроизводственный процессы, психологические взаимоотношения, институциональный интерес, монополизацию экономического оборота.

Материальный поток логистических услуг и существенный масштаб изменения их качества, воздействие предоставляемых услуг на конкурентоспособность фирмы и величину издержек вызывают острую необходимость в разработке определенной стратегии в сфере логистического обслуживания потребителей, т. е. в формировании системы логистического сервиса. Стратегическая концепция, предусматривающая дифференциацию обслуживания клиентов по уровням качества, способствует укреплению позиций делового предприятия на рынке и формированию его положительного имиджа в условиях экономической нестабильности [1, с. 53].

Помимо этого, деловые предприятия республики, целью которых является сохранение и усиление своей конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках, должны учитывать весь потенциал корпоративной логистики и оперативным образом достигать высокого качества не только в предоставляемом сервисе, но и в системе взаимоотношений с компаниями-партнерами [3, с. 207].

Предприятие с корпоративным типом управления и его постоянные партнеры взаимозависимы в различных аспектах – технологическом, производственном, кадровом, информационном и финансово-экономическом. В рамках внешнего взаимодействия организуется не только кругооборот авансированного капитала, но и формируется цепь создания и распределения добавленной стоимости обработки. Такая цепь может восприниматься не только как «потребитель цены», но и как определенная «инфляционная спираль».

Потенциал корпоративного воздействия на инфляционные процессы целесообразно рассматривать не только через конкретные факторы активизации, но посредством выделения и последующего первоочередного анализа ее основных форм [2, с. 446].

Стагфляция. Под стагфляцией понимают такое явление, когда снижение объема выпуска (а также и снижение темпов прироста) дополняется повышением общего уровня цен. Обратим внимание на то, что рецессия белорусской экономики (кризисный спад) всегда сопровождается стагфляцией (например, 2016 г.: инфляция 10,6%; ВВП минус 2,6%) [4, с. 24]. При этом в мировой практике хозяйствования данное экономическое явление (стагфляция) было характерно лишь для 70-х годов прошлого века. Скорее всего, в белорусских условиях срабатывают такие особые факторы стагфляции, как высокая степень концентрации производства, монополизм производителя и системная бесхозяйственность, низкие темпы НТП, а также нестабильность бюджета и несбалансированность платежного баланса. Имеет место спонтанный административный передел вновь созданной стоимости из-за низкой корпоративной культуры.

Обратим внимание на то, что в условиях нынешней административной экономики спад объема выпуска может быть, как исходной причиной роста цен, так и следствием самой инфляции (рисунок 1).

В первом случае срабатывает стремление предприятий любой ценой сохранить прежний уровень денежного дохода, эксплуатируя потребительский спрос. Во втором случае следует исходить из того, что рост цен на факторы производства обесценивает оборотный капитал, тормозит его движение, прямолинейно повышает издержки производства (АТС) и грозит закрытием менее устойчивых предприятий.

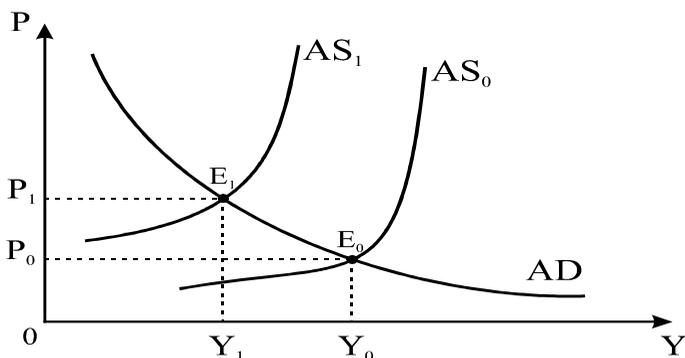


Рисунок 1 - Модель роста уровня цен на основе повышения издержек производства

Примечание - Источник: [2, с. 444].

При этом обратим внимание на то, что по состоянию на 01.08.2017 г. 20,7% белорусских предприятий оказались убыточными (2015 г. – 18,7%). Это означает, что механизм стагфляции уже не позволяет, как это было ранее, элементарно перекладывать экономические потери в виде «особого корпоративного груза» на конечного потребителя, реальные доходы которого за 2 года снизились почти на 15%.

Поэтому корпоративное управление современного типа должно все более ориентироваться на императивы неценовой конкуренции, при активизации маркетинговой позиции на внутреннем и внешнем рынке сбыта, блокируя проникновение товаров прямых конкурентов и товаров-заменителей. В итоге объектом корпоративного управления выступают внутрифирменное ценообразование, динамика цен на промежуточные товары и сырье.

Инфляция издержек производства. Формально инфляцию издержек производства можно рассматривать как приспособление к изменяющимся экономическим условиям. Среди таких изменений в качестве основных факторов инфляции издержек производства следует выделять:

- а) отставание темпов роста производительности капитала от увеличения стоимости денежного капитала (инфляция «роста процентных издержек»);
- б) вовлечение в производство менее эффективных экономических ресурсов с целью наращивания объема выпуска («административная инфляция»);

в) возрастание налоговой нагрузки («инфляция налоговой цены»);
г) рост цен на основные виды сырья, включая и импортируемые («инфляция прямых издержек»);

д) сокращение объема выпуска и рост АТС за счет повышения доли постоянных издержек производства в условиях недоиспользования производственных мощностей;

е) торможение НТП и инновационного процесса.

Расчеты показывают, что в белорусской экономике рост номинальной ЗП на 1% способствует повышению цен на 0,34%, а девальвация рубля на 1% приводит через рост импортных составляющих издержек к росту цен на 0,4%. Безусловно, у инфляции издержек производства с определенного момента обнаруживается механизм самоограничения. Но рыночная позиция делового предприятия не должна быть монополистической, а само руководство должно быть позитивно настроено к инновационному процессу.

Вместе с тем каждый корпоративный фактор инфляции издержек производства может и должен быть конструктивно оценен с точки зрения нейтрализации сквозь призму стандартов корпоративного управления.

Инфляция прибыли. Особое внимание следует обратить на инфляцию прибыли. Так как прибыль выступает в качестве источника внутренних накоплений, то данное обстоятельство объясняет стратегический интерес предприятия к максимизации чистого дохода.

Анализ практики хозяйствования показывает, что в условиях высоких инфляционных ожиданий у бизнеса усиливаются опасения того, что в перспективе не удастся получить приемлемую массу прибыли из-за того, что в условиях фиксированных контрактных цен на продукцию сложно остановить рост зарплаты, повышение цен на сырье, технологическое оборудование (запчасти) и т. д. Понятно, что обесценение прибыли дополняется обесценением всего оборотного капитала.

Кроме усложнения условий поставки (предоплата и др.) при заключении контрактов на поставку продукции предприятия с корпоративным управлением предпочитают переходить на повышенные цены или предусмотреть более высокую ставку коммерческого кредита с учетом срока оплаты и уровня инфляции на рынке факторов производства. Используется и «ценовая надбавка», посредством которой бизнес стремится компенсировать ожидаемое обесценение оборотного капитала и прибыли. Тем самым вполне осознанно закладывается так называемый инфляционный резерв.

Без соответствующего уровня изменений в корпоративном логистическом менеджменте не достигнуть успешных результатов во внедрении технологий, сопутствующих улучшению системы сбалансированных показателей логистической деятельности предприятия. Следовательно, модернизация деятельности логистики как особый процесс должна происходить в комплексе с исследованиями и развитием в области производства, маркетинга, сбыта, обслуживания, распределения, финансов и информационных систем.

Корпоративные стандарты управления позволяют противостоять опасности возникновения несбалансированной инфляции. Если несбалансированная инфляция вызвана межотраслевым неравновесием корпораций, то в таком случае приходится иметь дело со структурной инфляцией. Обычно данная разновидность инфляции характерна для периода проведения радикальных реформ, конверсии военного производства и т. д.

Возможность располагать и обмениваться достаточно большим объемом информации в пределах корпоративной структуры позволяет осуществлять более точное прогнозирование инфляции. Наличие такой информации, полученной от партнеров по бизнесу, и соответствующих прогнозов позволяет корпорации и бизнес-группе предпринять меры по защите коммерческих интересов и свести до минимума негативные последствия инфляции.

Таким образом, обладание вышеперечисленными свойствами содействует созданию преимуществ делового предприятия как субъекта рыночных отношений в рамках экономического соревнования. А разработанная маркетинговая стратегия позволит достичь выполнения поставленных целей маркетинга и закрепить свое положение на рынке логистических услуг в условиях инфляционной нестабильности.

Список использованной литературы.

1. Ковалев, М. Н. Конкуренция за лидерство. Разработка маркетинговых и логистических стратегия предприятия // Специализированный научно-практический журнал «Логистика». 2014. № 3. С. 56.

2. Лемешевский, И. М. Макроэкономика: общая теория равновесия. Учебное пособие для студентов эконом. специальностей вузов / И. М. Лемешевский. – 4-е изд., доп. и перераб. – Минск: Мисанта, 2016. – 640 с.

3. Логистические системы и процессы в условиях экономической нестабильности: материалы III Международной заочной научно-практической конференции. Минск, 26-27 ноября 2015 г. / Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ; [ред. колл.: В.В. Апанасович (гл. ред.) и др.]. М., 2015. – С. 336.

4. Социально-экономическое положение Республики Беларусь в январе-июне 2017 г. / НСК РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/izdania/public_bulletin/index_7714. – Дата доступа: 09.08.2017.

КОНФЛИКТЫ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ КАНАЛАХ И СТРАТЕГИИ РАЗРЕШЕНИЯ ИХ

Кохно Алеся Валерьевна

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ
г. Минск, Республика Беларусь

Logistics plays an important role in the company. The logistics department should solve not only current problems of reducing logistics costs on the basic functions of procurement of material resources, inventory management, transportation and materials handling products, but also aims to establish coordination processes for conflict resolution.

The article describes the concept and logistics of the conflict, reveals the causes of conflict and strategies of their resolution.

Производитель и потребитель представляют собой исходную и конечную точки движения материального потока. Эти два важнейших элемента логистических отношений связаны между собой логистическим каналом [3, с. 417].

Нередко в рамках канала возникают конфликты. Конфликт в канале - это ситуация, когда один участник канала считает, что поведение другого участника противоречит или препятствует достижению им своих собственных целей.

Иногда это конфликты между фирмами одного уровня. Например, многие дилеры фирмы «Форд» в Чикаго жаловались на то, что некоторые их коллеги проводят агрессивную ценовую политику и рекламу в городе для увеличения своего сбыта. Конфликтовать могут и представители разных уровней одного канала. Так, несколько лет назад возник конфликт между «Дженерал Моторс» и ее диле-