

Буйнов Ю. П., канд. экон. наук, генеральный директор Фонда рыночных исследований, г. Москва, buynov@frifund.ru



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЛОГИСТИКИ КАК ИНДИКАТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Автор рассматривает основные характеристики и новейшие тенденции рынка логистических услуг. В частности, предлагается использовать системный подход к исследованию транспортно-логистических отношений, предполагающий стратегическое управление комплексной реализации в цепочке поставок транспортных, информационных и ценностно-стоимостных связей. Раскрываются особенности реализации сегментно-ориентированного подхода к логистической деятельности.

Ключевые слова: логистические услуги, управление цепочкой поставок, рынок транспортных перевозок, сегментно-ориентированный подход.

Введение

Ряд западных компаний еще в 1990-е годы предприняли энергичные меры по улучшению управления цепочкой поставок, чтобы сбалансировать запросы клиентов с необходимостью выгодного роста. Усилия этих компаний, а среди них и известные мировые торговцы, работающие в России, отражены в семи принципах управления цепочкой поставок (*SCM — Supply Chain Management*):

- сегментирование потребителей на основе потребности в логистических услугах;
- ориентация логистической сети на заказчика;
- исследование спроса потребителей;
- планирование на основании мониторинга рыночного спроса;
- стратегическое планирование поставок;
- разработка стратегии развития цепи снабжения;

- использование методов освоения новых каналов распределения.

Supply Chain Management предполагает совместную работу всех участников рынка логистических услуг, которая может увеличить доход, улучшить контроль над уровнем издержек и одновременным удовлетворением потребностей заказчика. Эффективное внедрение этих принципов убедительно свидетельствует о том, что логистические компании, сотрудничая с потребителем, могут обеспечить рентабельность своей деятельности.

Успешные западные компании опираются на две важные предпосылки. Во-первых, предполагается, что *цепочка поставок как единое целое включает все связи*, задействованные в управлении потоками продуктов, обслуживании и обмене информационными потоками от поставщиков к потребителям (т.е. «каналы потребителей», роль которых выполняют компании-дистрибьюторы или компании-распределители). Во-вторых, преследуется конечная цель в форме роста

дохода, использования активов и сокращения стоимости.

Российские торговые сети, за исключением пяти ведущих, до сих пор считают себя традиционной (атомарной) компанией, а ее части функционируют как отдельные подразделения (аренда складов, развитие своего транспорта), при этом реальная мера успеха сегодня определяется активной координацией действий в рамках существующих цепочек поставок. Администраторы стремятся к тому, чтобы увеличить доходность каждого элемента такой цепочки. Многие уверены, что это принесет успех, однако, даже на Западе в условиях стабильности можно получить обратный результат, не говоря уже о посткризисных условиях в России.

Стратегический стиль управления

Большинство российских компаний традиционно используют «монолитный», атомарный подход к логистической сети в части организации своей деятельности, условий складирования и транспортировки, согласно которому ценностно-стоимостные характеристики деятельности и действия субъектов анализируются с позиции противопоставленности экономических интересов всех участников цепочки поставок. Лишь некоторыми ведущими логистическими операторами, а они составляют основное ядро рейтинга «Логистический оператор России», на сегодняшний день разработаны логистические сети с включением не только транспортных, но и информационных и ценностно-стоимостных связей на основе стандартных условий для заказчиков.

Логистическая сеть должна стать более комплексной (сложной), включающей логистические связи с третьей стороной, т.е. с логистической компанией, но, несомненно, более гибкой, чем традиционная сеть. Необходимо существенно изменить подход к пониманию назначения и структуры размещения складов. Наконец, такая сеть требует

более устойчивого логистического планирования работы, позволяющего оперативными инструментальными средствами в «реальном времени» принимать решения по обработке. Сочетание оптимальной логистики для конкурирующих компаний при условии использования услуг третьей стороны может привести к снижению затрат по всей цепочке.

Например, на Западе, понимая значимость отраслевой логистики, в конце 1990-х годов для пищевой и упаковочной промышленности смогли успешно снизить расходы на логистику на 42%, уменьшить сроки доставки в системе до 73% путем широкого привлечения логистики третьей стороны. В России об этом пока можно только мечтать. Управлять источниками поставок в стратегическом стиле, чтобы уменьшить общие расходы на сырье и сервисное обслуживание, — актуальная задача как для большинства российских компаний, так и для экономики страны в целом.

Место логистики в экономике России

Оптимальное управление цепочкой поставок требует признания того, что затраты поставщика и логистического оператора перекадываются на розничного продавца, а значит и на потребителя. Производители, предъявляя высокие требования к поставщикам, должны также понимать, что партнерам придется решать задачи снижения расходов по всей цепочке поставок. Логическое следствие этого — вознаграждение для каждого участника цепочки поставок, способствующего большей рентабельности.

К сожалению, более половины компаний, работающих на транспортно-логистическом рынке России, еще не готовы к такому прогрессивному мышлению — отсутствуют знания логистики, информационная прозрачность, и при этом снижается компетенция персонала. В посткризисных условиях обучение стратегическому менеджменту в области логистики выходит на первый план.

Позиции России в логистическом рейтинге стран мира

В начале 2010 г. Всемирный банк завершил очередное исследование уровня развития логистической отрасли стран мира. Рейтинг стран формировался на основе индекса развития логистики (*LPI — Logistics Performance Index*), показателя «логистической привлекательности и развития» каждой страны, складывающегося из ответов примерно тысячи транспортных операторов, работающих на национальных и международном рынках, которые оценивали по 5-балльной системе (от «очень низко» до «очень высоко») несколько составляющих.

Например, в 2010 г. российские участники логистических отношений отмечали невысокий рост качества и компетентности в предоставлении необходимых для отрасли услуг (табл. 1).

По итогам 2009 г. Россия поднялась в рейтинге на 5 позиций в сравнении с аналогичным исследованием по итогам 2007 г., заняв 94 строчку из 155 (табл. 2).

Анализ национального рынка логистических услуг

Ежегодный рост мирового рынка логистических услуг составляет 16–22%. Объем рынка оценивается на уровне 2–2,1 млрд долл.

Но географические границы отечественного рынка транспортно-логистических услуг определяются границами России. Клиенты компаний, предоставляющих транспортно-логистические услуги, могут получить их на всей территории РФ, а также за ее пределами. В административных границах РФ отсутствуют существенные экономические, технологические, административные барьеры, ограничивающие возможность по-

Таблица 1

Компетентность и качество логистических услуг в России, 2010 г.

| Оцените компетентность и качество услуг, оказываемых в вашей стране | Респонденты, оценившие отрасль как «высоко» или «очень высоко», % |
|---|---|
| Дороги (автомобильный транспорт) | 10 |
| Железные дороги (ж/д транспорт) | 10 |
| Воздушный транспорт | 22,22 |
| Морской транспорт | 18,18 |
| Складирование/отгрузка и распределение | 10 |
| Деятельность экспедиторов | 27,27 |
| Таможенные агенты | 27,27 |
| Качество/учреждения инспекции стандартов | — |
| Здоровье/фармацевтические учреждения | 12,50 |
| Таможенные брокеры | 27,27 |
| Торговые и транспортные ассоциации | 20 |
| Грузополучатели и грузоотправители | — |

Источник: Всемирный банк. <http://info.worldbank.org>.

Таблица 2

**Уровень развития логистической отрасли в различных странах,
рассчитанный по международному индексу LPI (в баллах), 2009 г.**

| Место | Страна | LPI | Таможня | Инфра-структура | Международные перевозки | Компетенция в логистике | Сопровождение перевозок | Своевременность доставки |
|-------|-------------|------|---------|-----------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| 1 | Германия | 4,11 | 4,00 | 4,34 | 3,66 | 4,14 | 4,18 | 4,48 |
| 12 | Финляндия | 3,89 | 3,86 | 4,08 | 3,41 | 3,92 | 4,09 | 4,08 |
| 30 | Польша | 3,44 | 3,12 | 2,98 | 3,22 | 3,26 | 3,45 | 4,52 |
| 37 | Латвия | 3,25 | 2,94 | 2,88 | 3,38 | 2,96 | 3,55 | 3,72 |
| 45 | Литва | 3,13 | 2,79 | 2,72 | 3,19 | 2,85 | 3,27 | 3,92 |
| 62 | Казахстан | 2,83 | 2,38 | 2,66 | 3,29 | 2,60 | 2,70 | 3,25 |
| 68 | Узбекистан | 2,79 | 2,20 | 2,54 | 2,79 | 2,50 | 2,96 | 3,72 |
| 89 | Азербайджан | 2,64 | 2,14 | 2,23 | 3,05 | 2,48 | 2,65 | 3,15 |
| 91 | Киргизия | 2,62 | 2,44 | 2,09 | 3,18 | 2,37 | 2,33 | 3,10 |
| 93 | Грузия | 2,61 | 2,37 | 2,17 | 2,73 | 2,57 | 2,67 | 3,08 |
| 94 | Россия | 2,61 | 2,15 | 2,38 | 2,72 | 2,51 | 2,60 | 3,23 |
| 102 | Украина | 2,61 | 2,15 | 2,38 | 2,72 | 2,51 | 2,60 | 3,23 |
| 111 | Армения | 2,52 | 2,10 | 2,32 | 2,43 | 2,59 | 2,26 | 3,40 |
| 131 | Таджикистан | 2,35 | 1,90 | 2,00 | 2,42 | 2,25 | 2,25 | 3,16 |

Источник: Всемирный банк. <http://info.worldbank.org>.

купателей в приобретении данной услуги, однако, широта спектра транспортно-логистических услуг зависит от конкретного региона.

В отличие от 2008 г., когда еще наблюдались высокие темпы роста российского рынка логистических услуг и соответственно отрасли «Логистика», в 2009 г. они значительно снизились из-за мирового экономического кризиса. Рост общего годового оборота участников исследования в 2009 г. составил немного более 0,1% к 2008 г. (рост TOP-15 «Лидеров рынка логистических услуг 2009 г. по годовому обороту» — 1,2%). В среднем рост абсолютных значений годового оборота складских операторов за 2009 г. — около 13%, для транспортно-экспедиторских ком-

паний отмечено снижение на 24% по отношению к 2008 г.

Ряд компаний — логистических операторов завершили 2009 г. с убытками. Среднее значение чистой рентабельности (чистая прибыль/выручка от продаж) безубыточных компаний по отрасли за 2009 г. составило примерно 4,3%, причем диапазон изменения значений рентабельности деятельности исследуемых компаний — от 0 до 30%.

Общий объем собственных и арендованных складских площадей, на которых оперируют компании, — более 1,8 млн м², из них доля складских операторов — 91%, а транспортных компаний — 9%. Средние темпы роста складских площадей всех участников исследования — 7,2% (в 2008 г. — 37,8%),

причем для складских операторов эта величина составила 8% (в 2008 г. — 33,3%).

Следует отметить, что тенденция роста складских площадей транспортно-экспедиторских компаний опережающими темпами по сравнению со складскими операторами, которая наблюдалась в течение последних 4–5 лет, в 2009 г. была нарушена: размеры складских площадей несколько уменьшились, хотя в 2008 г. выросли почти на 95%.

Мировой финансовый кризис оказал на рынок складской недвижимости заметное влияние: снизился товарооборот большинства компаний, что привело к уменьшению потребности в складских площадях, произошло снижение спроса и предложения. Многие девелоперы заморозили проекты до лучших времен. Так, в 2009 г. на рынке коммерческой недвижимости было заморожено порядка 85% объектов.

С конца 2009 г. наблюдается оживление на данном рынке. Однако восстановление складского сегмента идет более медленными темпами по сравнению с другими секторами коммерческой недвижимости.

Важно понимать, что логистические услуги тесно связаны с рынками грузоперевозок, а, следовательно, имеют сегментацию по видам транспорта: автомобильный, железнодорожный, морской, воздушный, внутренний водный и трубопроводный.

Большая доля транспортно-экспедиторских компаний работает со всеми видами товаров, кроме продуктов питания, бытовой химии, парфюмерии и косметики, потому что в этих секторах преобладают складские операторы.

Около 68% российского рынка транспортно-логистических услуг занимает сегмент деятельности грузового транспорта. Так, в январе 2010 г. структура российского грузооборота (без учета трубопроводов) выглядела следующим образом: 87,7% перевозок пришлось на железнодорожный транспорт; 7,3% — на автомобильный; морской — 4,7%; воздушный — 0,2% и внутренний водный — 0,1%.

Принято разделять транспортно-логистические и транспортно-экспедиционные услуги.

Рынок 3PL-услуг (*Third Party Logistics*) в России находится в стадии развития, так как полный комплекс логистических услуг, от доставки и хранения товаров до отслеживания их движения и управления заказами, оказывает небольшое число компаний.

На отечественном рынке 3PL-услуг отмечены следующие основные тенденции:

- существенное сокращение спроса в 2009 г., рост конкурентной борьбы на рынке транспортно-логистических услуг;
- уход ряда компаний с рынка, успешная деятельность характерна лишь для сильнейших игроков;
- снижение расценок на логистические услуги;
- отказ от политики расширения площадей и уменьшение арендованных ранее площадей;
- с начала 2010 г. наблюдалось некоторое оживление рынка: рост спроса и стоимости логистических услуг;
- спрос на транспортно-логистические услуги в течение 2010 г. рос, что было обусловлено положительной динамикой экономики и потребительского рынка России.

Недоверие торговых сетей к логистическим операторам будет снижаться за счет улучшения логистического сервиса и структурированного предложения по предоставлению эффективной логистической сети и управления распределением по России от логистического оператора.

Отечественный рынок транспортных услуг характеризовался устойчивой положительной тенденцией роста грузооборота до 2009 г., тогда грузооборот составил 4442 млрд тонно-км, снизившись по отношению к предыдущему периоду на 10%. Рынок транспортно-экспедиционных услуг России в 2009 г. оценивался на уровне 1965 млрд руб.

Крупнейшими российскими авиаперевозчиками являются «ЭйрБриджКарго», «Волга-

Днепр», «Аэрофлот-Карго», «Аэрофлот — российские авиалинии» и «ТРАНСАЭРО», их суммарная доля грузооборота в 2009 г. составила 79,8% от общероссийского грузооборота авиакомпаний.

Суммарный оборот TOP-15 логистических операторов России в 2010 г. составил 177 млрд руб.

Заключение

Доля отраслей в структуре внутреннего валового продукта России, представляющих интерес для логистики (потребительский сектор и торговля, промышленность, сфера услуг), составляет более 45%. Это подтверждает тот факт, что транспорт по отношению к промышленности, потребительскому сектору и торговле является обслуживающей отраслью. Правильное сочетание использования транспорта с современными складскими сетями будет способствовать снижению логистических издержек в цене

товара и росту товарооборота и производительности в промышленности.

Однако следует подчеркнуть, что на российском рынке пока нет решений, которые могли бы максимально приспособить сегментно-ориентированный подход к решению проблем управления цепочкой поставок.

Эта проблема выявляет ключевую характеристику системного подхода к управлению транспортно-логистических отношений: логистическая сеть понимается как цепочка добавочной стоимости, в которой по мере продвижения товара его ценность повышается.

Список литературы

1. Logistics Performance Index. <http://info.worldbank.org>.
2. Дыбская В. В. Управление складированием в цепях поставок. М.: Альфа-пресс, 2009.
3. Иванов Д. А. Управление цепями поставок. СПб.: Изд-во Политех. ун-та, М.: 2009. — 660 с.
4. Рейтинг «ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ОПЕРАТОР РОССИИ». <http://prorating.ru/>.

Y. Bujnov, PhD, General director of Marketing Research Foundation, Moscow, buynov@frifund.ru

COMPETITIVENESS OF LOGISTICS — AN INDICATOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT

The author examines the main characteristics and the latest trends of the market of logistic services. The article proposes a systematic approach to the research of transport and logistic relations, assuming strategic implementation of complex transportation, information and value-cost relationships in the supply chain. The author reveals the features of the realization of segmental approach in logistics activities.

Key words: logistic services, supply chain management, transportation market, segmental approach.