

Ботнарюк Марина Владимировна

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и менеджмента
Морской государственной академии
им. адмирала Ф.Ф. Ушакова
mia-marry@mail.ru

**ПАРТНЕРСКИЕ
ВЗАИМООТНОШЕНИЯ –
ИМПЕРАТИВ ВЕДЕНИЯ
ЛОГИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА**

Аннотация:

В статье выполнен обзор основных тенденций развития зарубежного и отечественного логистического бизнеса. На основании проведенных исследований автор приходит к заключению о необходимости формирования и дальнейшего развития партнерских отношений с целью оптимизации работы отдельных компаний, а также создания логистических компаний «нового поколения».

Ключевые слова:

глобализация, партнерские отношения, взаимодействие, логистический провайдер, логистический бизнес, повышение эффективности работы.

Botnaryuk Marina Vladimirovna

Candidate of Economics,
associate professor of the chair of
economics and management,
Ushakov Marine State Academy
mia-marry@mail.ru

**PARTNERSHIPS
AS IMPERATIVE OF
MAKING LOGISTICAL
BUSINESS**

The summary:

The article makes the review of basic tendencies of the development of foreign and native logistical business. Based on the researches, the author comes to the conclusion about the necessity of forming and future development of partnerships in order to optimize the activity of separate companies and also the creating of logistical companies of "new generation".

Keywords:

globalization, partnerships, interaction, logistical provider, logistical business, raising of efficient activity.

Процессы глобализации и интеграции экономик разных стран, а также стремление государств к формированию «взаимодействующих» транспортных систем как никогда актуализируют сегодня вопросы создания и дальнейшего развития логистических предприятий, которые в последние годы все чаще оказываются в центре внимания экономическое сообщество.

Как показывает зарубежный опыт, логистический бизнес сегодня является не только востребованным, но и имеющим перспективное будущее, что подтверждается следующими статистическими данными: общий оборот европейского рынка логистических услуг составляет в настоящий момент более 600 млрд евро, при этом 30 % логистических функций во всех отраслях экономики передается логистическим компаниям. В аутсорсинг, как правило, отдаются такие услуги, как [1]:

- складирование – 73,7 %;
- внешняя транспортировка – 68,4 %;
- оформление грузов/платежей – 61,4 %;
- внутренняя транспортировка – 56,1 %;
- консолидация грузов/дистрибуции – 40,4 %;
- прямая транспортировка – 38,6 %.

Зарубежные промышленные и торговые предприятия расходуют на контрактную логистику в Европе от 120 до 140 млрд евро ежегодно, что также подтверждает актуальность и востребованность разработки данного направления.

Однако если говорить о России, то можно смело констатировать, что в настоящий момент отечественный рынок логистических услуг отстает от Запада, причем значительно. По мнению экспертов, его потенциал оценивается всего в 50–60 млрд американских долла-

ров. При этом доля сектора перевозок и экспедирования грузов всеми видами транспорта составляет 55 %, сектора складских услуг – 13 % и сектора услуг по интеграции и управлению цепями поставок – 32 % [2].

В то же самое время эксперты, занимающиеся изучением данного вопроса, настроены достаточно оптимистично. Так, по мнению регионального директора компании DHL в СНГ и странах Юго-Восточной Европы Гарри Кемпа, «рынок логистических услуг в России сегодня находится на пороге перехода в качественно новое состояние». Он отмечает следующее: «в период с 1995 по 2000 гг. шел процесс перехода от автономной логистики, когда все логистические операции выполняются самим грузовладельцем (1PL), к традиционной логистике (2PL). Период с 2001 по 2006 гг. можно охарактеризовать развитием многофункциональных компаний, предоставляющих для своих заказчиков комплексные логистические услуги (3PL)» [3]. Следовательно, приходим к выводу о том, что, несмотря на существующие сегодня трудности, вызванные недостаточными финансовыми вложениями, российский рынок логистических услуг не только функционирует, но и развивается в соответствии с современными тенденциями.

Так что же такое «современная логистика» и каковы основные перспективы ее развития?

В настоящий момент практики различают следующую классификацию логистических провайдеров: 1PL, 2PL, 3PL, 4PL, 5PL.

Если термин PL (от англ. «party of logistics») переводить дословно, то речь идет о стороне (т. е. компании, деловом партнере), которая берет на себя функции по выполнению логистических операций.

На практике под термином 1PL (от англ. «first party of logistics» – т. е. первая сторона логистики) понимаются компании, которые специализируются на отдельных направлениях логистического бизнеса. Их деятельность состоит в оказании услуг по выполнению отдельных операций во время доставки груза: транспортировка, хранение, таможенное оформление и др. Данным видом бизнеса занимаются, как правило, транспортные организации, таможенные брокеры, порты, стивидорные компании, перегрузочные терминалы и др. Грузовладельцы (как отправители, так и получатели) могут заключать деловые соглашения с «first party of logistics» напрямую или через посредников, которые на практике принято определять как 2PL (следующий уровень логистических услуг).

К компаниям, оказывающими услуги по типу 2PL относятся экспедиторские, а также транспортно-экспедиторские компании и организации, которые выполняют роль посредников между покупателями (грузовладельцы) и продавцами (1PL) услуг. В отличие от компаний типа 1PL речь идет о комплексном оказании услуг сразу по нескольким направлениям. Так, в качестве примера можно привести ситуацию, когда осуществляется транспортировка груза несколькими видами транспорта, но при этом выполняются также и услуги по таможенному оформлению. Следует заметить, что такая схема работы отечественных экспедиторских компаний является сегодня одной из востребованных.

В результате перехода на более качественный уровень появился термин «третья сторона логистики» – 3PL. 3PL представляет собой аутсорсинговые компании, которые «продают» комплексную услугу по доставке груза по принципу from door to door (т. е. от двери до двери), выполняя при этом все требуемые операции. И тем не менее в их функции не входит менеджмент грузовых потоков: все вопросы в данном случае решает «покупающая» сторона, т. е. грузоотправитель или грузополучатель. В зависимости от выполняемых функций, 3PL классифицируются на:

– standard (стандартный сервис), в функции которого входит упаковка, хранение и доставка грузов;

- service developer (продвинутый сервис), который предоставляет дополнительные услуги по отслеживанию грузов, перегрузке между различными видами;
- customer adapter (адаптированный к потребителю), предоставляющий комплексные услуги преимущественно мелким клиентам по эффективному выстраиванию логистической системы, но не разрабатывающий новые виды услуг;
- customer developer (продвинутый к потребителю), осуществляющий не только внешнюю, но и внутреннюю логистику клиента.

При обращении к логистическому посреднику данного вида клиент может рассчитывать на оказание комплексной услуги, на помощь при адаптации к постоянно изменяющимся условиям внешней среды, что является дополнительным фактором для повышения его конкурентоспособности. Тем не менее провайдер поколения 3PL не решает проблемы по управлению движением грузов: данную функцию все-таки выполняет грузовладелец. Поэтому появление на рынке логистических услуг 4PL-провайдера можно назвать закономерным и предсказуемым.

Впервые термин 4PL был зарегистрирован в 1996 году консалтинговой фирмой Andersen Consulting, ныне Accenture, со следующим толкованием:

«Логистический провайдер четвертого уровня является менеджером цепочки поставок, который сводит ресурсы, мощности и технологию своей организации с ресурсами, мощностями и технологией другого логистического предприятия и управляет им с целью предложить клиентам наиболее полное решение задач в цепочке поставок» [4].

Компании данного типа призваны решать множество задач, основными из которых являются: планирование и оптимизация цепочек поставок; интеграция информационно-технологических систем; стратегическое планирование сетей; управление складами и запасами; управление доходами; управление документооборотом (при этом речь идет не только о бумажном, но и об электронном, с внедрением цифровой подписи) и др.

Однако поскольку 4PL-провайдер не может решить все проблемы самостоятельно, то он налаживает партнерские отношения с 3PL-провайдерами.

В отличие от традиционного аутсорсинга, который оптимизирует работу на отдельных участках логистической цепи, 4PL-подход решает проблему повышения эффективности всей логистической цепи, «работая» по следующим направлениям: рост доходной части бюджета, сокращение затрат и кадров, а также основного капитала.

На российском рынке услуги 4PL-провайдеров в настоящий момент востребованы довольно слабо. Если же обращаться к зарубежному опыту, то он свидетельствует, что к услугам таких компаний, как правило, обращаются крупные корпорации, например, такие как Intel и General Motors.

Под 5PL в некоторых источниках понимают 4PL-провайдера, работающего через сеть Internet. Данное направление является самым молодым из представленных выше, что подразумевает его дальнейшую проработку, оставляя данную нишу пока мало востребованной, особенно в России.

Следует отметить, что для нашей страны логистика – явление достаточно новое, находящееся в «активной» разработке. Считается, что отечественная логистика «родилась» в период 1970–1980 годов, для которого характерно функционирование компаний типа 1PL. В это время задачи логистического сервиса решались владельцами груза самостоятельно, что вызывало определенные неудобства, детерминировав развитие концепции 2PL-логистики. Эти компании предлагали традиционный набор услуг по транспортировке товаров и управлению простейшими складскими операциями, освобождая владельца от множества проблем. Первые 3PL-компании появились в стране в период

с 1980 по 1990 гг., предоставив потребителям услуг более широкий спектр выполняемых задач. Зарождением концепции 4PL-логистики можно считать конец 90-х годов.

Сегодня на рынке логистических услуг о компаниях первого типа практически уже не вспоминают, хотя говорить о том, что они «исчезли» с рынка «полностью» пока еще рано. И тем не менее он представлен в основном компаниями, работающими в рамках 2PL- и 3PL-логистики, причем развитие именно третьего направления считается сегодня наиболее перспективным.

Как отмечают аналитики, в настоящее время спрос на услуги 3PL-логистики после «заморозки» 2009 года начинает заметно оживать. С начала 2010 года заметно увеличилось количество тендеров, у многих компаний стали появляться новые заказчики. Тенденция, возникшая около пяти лет назад, – интерес клиентов к получению комплекса услуг у одного подрядчика – не только не потеряла актуальности, но и набирает силу. Услуги 3PL-логистики становятся все более популярными [5].

Учитывая, что развитие концепции 3PL-логистики (и соответственно следующих уровней) невозможно без налаживания партнерских отношений между компаниями – участниками транспортного процесса, приходим к выводу приоритетной роли взаимного сотрудничества, которое детерминирует дальнейшее развитие бизнеса. В контексте вышеизложенного сотрудничество следует понимать не как «каприз» или сигнал о невозможности ведения бизнеса без «постороннего вмешательства», а как требование времени, сложившихся условий и обстоятельств.

Обращаясь к концептуальным основам построения партнерских отношений, следует заметить, что сегодня одним из перспективных направлений изучения данного феномена является сетевой подход, в рамках которого и происходит исследование межфирменных отношений, возникающих в результате социально-экономического взаимодействия деловых партнеров. Данный подход определяет, что залог успешности бизнеса состоит прежде всего во взаимодействии деловых партнеров, основанном на длительном сотрудничестве, предусматривающем как формальные, так и неформальные отношения между участниками транзакций. Именно благодаря развитию партнерских отношений появляются новые возможности не только построения бизнеса, но и получения компаниями дополнительных конкурентных преимуществ вследствие повышения ценности оказываемых услуг. При этом надо отметить, что именно в этом направлении происходит решение производственных вопросов во многих отраслях.

Так, например, анализ тенденций развития логистики на морском транспорте показывает, что приоритетными сегодня являются задачи формирования логистических узлов, связывающих разные по сути структуры, что существенно оптимизирует их работу. В выступлении О. Терехова, президента Ассоциации морских торговых портов, отмечается, что «транспортная логистика как сфера деятельности реализуется через логистические структуры» [6]. Он подчеркивает, что сегодня потребности грузовладельцев пока выполняются частично. Именно поэтому они решают эту проблему самостоятельно: «...практически каждый крупный холдинг имеет свою экспедиторскую или операторскую компанию, оперирующую собственным или арендованным подвижным составом. Крупные холдинги создают собственные либо приобретают контроль над существующими стивидорными компаниями для гарантированного удовлетворения собственных потребностей в перевалке своих грузов через морские порты» [6]. Если рассматривать эту ситуацию с финансовой точки зрения, то порт или морской транспортный узел «теряет» значительные денежные средства, затрачиваемые грузовладельцами на логистические операции.

В этой связи многие стивидорные компании вступают в партнерские отношения с железнодорожниками, создавая единые логистические центры по обработке и доставке

грузов. Например, сегодня уже созданы логистические центры в таких крупнейших отечественных портах, как Мурманск, Санкт-Петербург, Новороссийск, Владивосток. А логистический центр в морском порту Новороссийск фактически занимается управлением и контролем за движением грузов по Северо-Кавказской железной дороге и сети российских дорог в направлении новороссийского транспортного узла уже с 2005 года [6].

Также О. Терехов отмечает, что «для улучшения координации работы по взаимодействию предприятий и организаций всех видов транспорта в транспортных узлах... считаем возможным возобновление работы «Координационных советов транспортных узлов», формируемых из представителей предприятий и организаций – участников транспортного узла» [6]. Что также подтверждает логистическую направленность морского бизнеса на основе развития партнерских отношений.

Таким образом, анализируя тенденции развития зарубежной и отечественной логистики, приходим к выводу о приоритетности сотрудничества между различными компаниями и организациями, что подразумевает формирование партнерских взаимоотношений и актуализирует дальнейшую проработку данного вопроса.

Ссылки:

1. Транспортно-логистические центры: зарубежный опыт. URL: <http://elc-ua.com/ru/news/60> (дата обращения: 13.02.2011).
2. Концепция проекта «маг-логистика». URL: http://www.e-gorod.ru/documents/programs/mag-logo/Koncep_proj.htm (дата обращения: 13.02.2011).
3. Синицкий А. Новые тенденции в логистике. URL: <http://www.ato.ru/content/новые-тенденции-в-логистике> (дата обращения: 13.02.2011).
4. Титюхин Н. Быть ли в России 4PL провайдером? URL: <http://www.logist.ru/publication/dnews.pl?action=news&id=306> (дата обращения: 13.02.2011).
5. URL: http://www.fogel-logistic.com/perspeltive_3pl_logistic/perspectivi.html (дата обращения: 13.02.2011).
6. Транспортная логистика в морских портах. URL: http://www.sovetnikprezidenta.ru/65/1_transport.html (дата обращения: 13.02.2011).

References (transliterated):

1. Transportno-logisticheskie tsentry: zarubezhniy opyt. URL: <http://elc-ua.com/ru/news/60> (date of access: 13.02.2011).
2. Kontseptsiya proekta «mag-logistika». URL: http://www.e-gorod.ru/documents/programs/mag-logo/Koncep_proj.htm (date of access: 13.02.2011).
3. Sinitskiy A. Novye tendentsii v logistike. URL: <http://www.ato.ru/content/novye-tendentsii-v-logistike> (date of access: 13.02.2011).
4. Tityuhin N. Byt' li v Rossii 4PL provayderam? URL: <http://www.logist.ru/publication/dnews.pl?action=news&id=306> (date of access: 13.02.2011).
5. URL: http://www.fogel-logistic.com/perspeltive_3pl_logistic/perspectivi.html (date of access: 13.02.2011).
6. Transportnaya logistika v morskikh portah. URL: http://www.sovetnikprezidenta.ru/65/1_transport.html (date of access: 13.02.2011).