

О.В. Стрелкова

**ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ
МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

В статье дается обоснование необходимости формирования региональной маркетингово-логистической системы как эффективного механизма оптимизации издержек предприятия и повышения их конкурентоспособности. В то же время приводится подробный анализ актуальных как для региона, так и для предприятий услуг, которые может предоставлять профессиональная команда в области маркетинга и логистики.

Ключевые слова: маркетинг, логистика, маркетингово-логистическая система, дорожная карта, бизнес-карта, управленческий консалтинг

UDC 339.1

O.V. Strelkova

**NECESSITY SUBSTANTIATION OF THE REGIONAL
MARKETIN-LOGISTIC SYSTEM FORMATION**

The necessity substantiation of regional marketing-logistic system formation as an effective mechanism of enterprise's costs optimization and their competitiveness increase is presented in the article. Besides, the detailed analysis actual both for region, and for the services enterprises is given which the professional team in the field of marketing and logistics can provide.

Keywords: marketing, logistics, marketing-logistic system, roadmap, business card, administrative consulting

Говоря о необходимости использования логистических подходов в управлении предприятием, можно привести следующую статистику. В западных странах около 93 % времени движения товара от источника сырья до конечного потребителя расходуется на его прохождение по различным каналам снабжения, сбыта и, главным образом, на хранение, то есть на логистические операции. А собственно производство товаров, как свидетельствует статистика, занимает лишь 2 % от суммарного времени цикла процесса производственно-коммерческой деятельности. На внешнюю транспортировку уходит до 5 % от суммарных затрат времени. В этих же странах доля производства валового внутреннего продукта отраслями, осуществляющими товародвижение, составляет около 20 %. При этом в структуре расходов этих отраслей на издержки по содержанию запасов сырья, полуфабрикатов и готовой продукции приходится примерно 44 %, на складирование и экспедирование – 16%, магистральные и технологические перевозки грузов – соответственно, 23% и 9 %. Оставшиеся 8 % приходятся на расходы по обеспечению сбыта готовой продукции. Проведенные в Великобритании исследования производственного цикла материального потока, включая его доставку конечному потребителю, показали, что в стоимости продукта, попавшего к потребителю, более 70 % составляют расходы, связанные с хранением, транспортированием, упаковкой и другими операциями, обеспечивающими продвижение материального потока. При этом обследования более чем 100 фирм, компаний и концернов, использующих логистические системы, подтверждают следующее:

- запасы незавершенного производства сократились более чем на 80 %;
- запасы готовой продукции уменьшились примерно на 33 %;
- потребности в складских запасах для материалов и кооперированных деталей сократились от четырех часов до двух дней, по сравнению с 5 – 15 днями до внедрения указанных систем;
- продолжительность производственного цикла снизилась примерно на 40 %;
- производственные издержки уменьшились на 10 – 20 %;
- значительно повысилась гибкость производства.

Затраты, связанные с подготовкой и внедрением системы, оказались относительно невелики и окупались, как правило, уже через несколько месяцев.

Возвращаясь к Российской действительности, согласно анализу, проведенному сотрудниками Международного центра логистики Государственного университета – Высшая школа экономики (МЦЛ ГУ-ВШЭ) среди своих слушателей, обучающихся по различным программам (от повышения квалификации до второго высшего образования по логистике), только около 3 % исследованных фирм имеют логистическую стратегию и сознательно ее формируют. Указанные 3% в основном формируют крупные зарубежные компании, работающие на российском рынке. Среди причин отсутствия логистической стратегии в оставшихся фирмах выделяют следующие:

– общее недопонимание персоналом топ-менеджмента этих фирм предназначения логистики как интегрированного инструмента менеджмента, позволяющего оптимизировать материальные и финансовые ресурсы фирмы;

– недостаточное количество квалифицированных специалистов в данных областях.

Очевидно, что наиболее рациональным с точки зрения материальных и временных затрат решением вопроса управления цепями поставок будет использование консалтинговых услуг и аутсорсинга в данной области.

Анализируя рынок консалтинговых услуг, можно сказать следующее. В целом для консалтингового бизнеса складывается благоприятная конъюнктура. Основа нынешнего роста – восстановление инвестиционных процессов и спроса на их сопровождение, сделки с активами, а также отложенные потребности клиентов в повышении эффективности деятельности. Указанные ранее характерные потребности растущей экономики трансформируют услуги консалтингового сектора в повседневный сервис, что делает рынок стабильным. Так, согласно статистике «Эксперт РА» [2], увеличение выручки участников рынка консалтинга наблюдается практически по всем направлениям консалтинга и отраслям, в которых они оказывали услуги (рис.1), однако развитие рынка носит инертный характер, и в худшем случае может завершиться стагнацией, в связи с чем консалтингу необходимы новые импульсы для развития

Самыми динамичными в своем развитии за прошлый год стали консалтинговые практики в области производства и управления человеческими ресурсами. Наиболее успешно участники реализовались на поприще обслуживания и совершенствования производственных процессов.

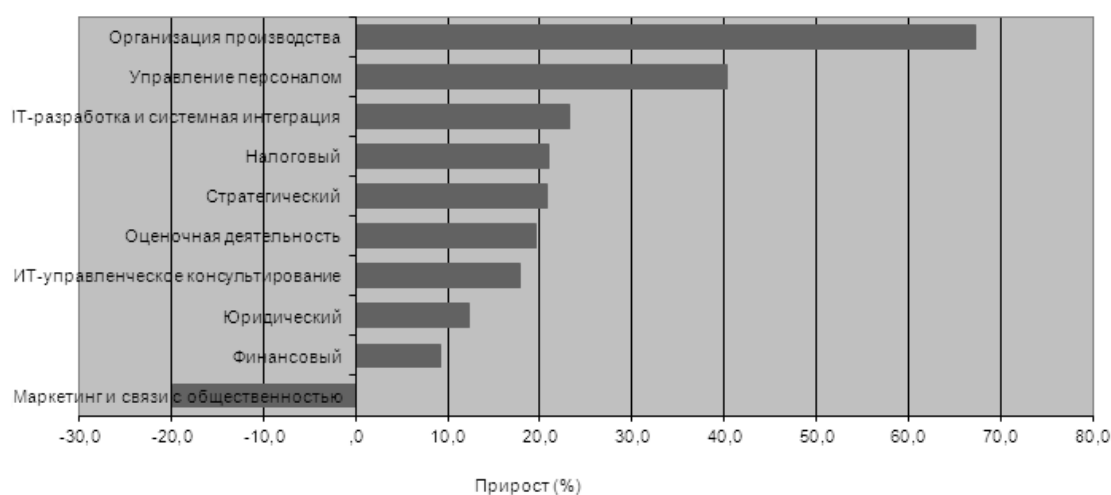


Рисунок 1. Изменение суммарной выручки участников рэнкинга по направлениям консалтинга за 2011 г.

Согласно анализу деятельности ведущих консалтинговых фирм можно сделать вывод о том, что в настоящее время достаточно широко распространены виды консалтинга в области маркетинга и логистики, такие как:

– управленческий консалтинг по оптимизации системы распределения: разработка стратегии фирмы базируется на анализе конкретных сегментов рынка для оценки благоприятного проникновения в намеченные сферы, их использования для укрепления своих позиций на рынке;

– управление производственными системами и цепочками поставок: позволяет минимизировать общие затраты ресурсов. Развитие производственных систем направлено на максимально эффективное использование материалов, человеческих ресурсов, оборудования, производственных помещений в процессе изготовления продукции или оказания услуг. Управление цепочками поставок направлено на эффективное продвижение продукции по цепи «закупки сырья – производство продукции – сбыт – распределение» за счет интеграции и координации операций;

- аудит системы снабжения Компании-клиента;
- диагностика системы снабжения Компании-клиента;
- разработка стратегии развития Системы снабжения Компании-клиента;
- создание системы независимого внутреннего контроля над закупочной деятельностью;
- управление рисками Системы снабжения;
- логистический консалтинг;

– моделирование деятельности предприятий в области логистики с помощью вероятностно-статистических методов имитационного моделирования;

– и прочее.

На наш взгляд, одним из перспективных направлений консалтинга может стать формирование консолидированного направления маркетинго-логистического консалтинга, направленного на создание единого информационного пространства в области управления цепями поставок в рамках одного региона, которое позволит компаниям получить наиболее оптимальные решения маркетинго-логистических сервисов с точки зрения каждого из участников и системы в целом.

Рассмотрим потребности региональных предприятий – участников логистических цепочек в услугах, которые должны оказываться маркетинго-логистической системой в рамках одного региона на примере Орловской области.

Разработка Дорожной карты инновационного развития промышленности Орловской области, а также «Бизнес-карты Орловского региона» являются уникальными инновационными продуктами на рынке консалтинговых услуг, маркетинго-логистическая система может предоставлять как полный доступ к базам данных без ограничений, так и определять необходимые для конкретного предприятия отрасли, срок предоставления ключа для получения информации и т.д.

Бизнес-карта региона - детально разработанная и систематизированная информация о производстве и инфраструктуре региона.

Создание бизнес-карты региона позволит достичь следующих целей:

- формирования благоприятных условий для развития предпринимательской деятельности особенно в приоритетных направлениях;
- определения предпринимательской активности в решении социально-экономических задач территории;
- координации и планирования рынка, исходя из местных условий экономического развития;
- решения проблем занятости населения;
- повышения эффективности использования местных ресурсов;
- решения проблем занятости населения;
- привлечения отечественных и зарубежных инвестиций.

Бизнес-карта имеет важное информационное и организационное значение для привлечения инвестиций в экономику региона. Социально-экономическое развитие различных отраслей экономики и социальной сферы региона неразрывно связано с ростом инвестиционной активности государства и хозяйствующих субъектов.

Дорожная карта региона – это наглядное представление пошагового сценария развития определённого объекта – отдельного продукта, класса продуктов, некоторой технологии, группы смежных технологий, бизнеса, компании, объединяющей несколько бизнес-единиц, целой отрасли, индустрии и даже плана достижения политических, социальных и т.т. целей, например, урегулирования международных конфликтов и борьбы с особо опасными заболеваниями.

Анализ рынка – еще одна услуга, которая может быть наиболее эффективно, т.е. максимально полно и с наименьшими затратами, оказываться именно в рамках маркетинго-логистической системы. Определение возможных направлений развития бизнеса, выделение новых сегментов рынка, установление потребностей потенциальных клиентов, понимание, как воспринимаются товары и услуги, а также изучение конкурентной среды в регионе – все это необходимо, когда компания выходит на новый рынок, проводит ребрендинг, продвигает новый продукт, формирует сбытовую политику и обновляет методы стимулирования клиентов. Также исследования могут потребоваться и для оценки эффективности рекламной кампании.

Электронный каталог оборудования, техники, имущества и сырья - представляет собой базу данных нового и высвободившегося оборудования, техники. На каждую единицу оборудования формируется карточка, которая содержит информацию о названии оборудования, его марке, описание оборудования, его состав, особенности (требует комплектации, срок эксплуатации и т.п.).

Складская логистика - предполагает особенно широкий спектр консалтинговых продуктов, внедрение которых в рамках нового или уже существующего бизнеса позволяют: снизить и исключить перепроизводство, избыток запасов, дефекты продукции, излишнюю обработку, ожидание, лишнюю транспортировку. Складская логистика позволяет существенно повысить эффективность бизнес-процессов, при том условии, что она рассматривается в неотрывной связи с бизнес-процессами всей компании.

Транспортная логистика - система по организации доставки, а именно по перемещению каких-либо материальных предметов, веществ и пр. из одной точки в другую по оптимальному маршруту или перемещение требуемого количества товара в нужную точку, оптимальным маршрутом за требуемое время и с наименьшими издержками.

Распределительная логистика - обеспечение рационализации процесса физического продвижения продукции к потребителю и формирование системы эффективного логистического сервиса или это управление транспортированием, складированием и всеми логистическими операциями, совершаемыми в процессе доведения ГП до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передача, хранение и обработка соответствующей информации.

Информационное сопровождение тендеров - консультации по вопросам подготовки тендера, анализ состояния необходимых учредительных документов, разработка заявки для участия в тендере, проверка договора и других документов на предмет соответствия действующему законодательству, нормативам и требованиям, которые предъявляют организаторы к конкурсной документации.

Разработка и сопровождение партнерских программ - форма делового сотрудничества между маркетинго-логистической системой и партнёрами, при продаже какого-либо товара или предоставления услуг. Позволяет продавцу сократить расходы на привлечение конечного покупателя.

Аутсорсинг - передача определенных функций компании, сторонней организации, имеющей потенциал и штатные единицы для реализации этих функций. Аутсорсинг персонала освобождает компанию от необходимости содержать дорогостоящий штат и предоставляет возможность пользоваться услугами квалифицированных специалистов.

Разработка инвестиционного паспорта региона - в настоящее время в России нарастает конкуренция между отдельными регионами за привлечение внешних инвестиций. Субъекты РФ значительно различаются между собой по уровню развития инфраструктуры, бизнес - потенциалу, условиям, созданным для деятельно-

сти инвесторов, рискам. В конкурентной борьбе выигрывают те субъекты, которые создают наилучшие условия для деятельности инвесторов и ведут активную PR - кампанию по информированию потенциальных деловых партнеров об условиях ведения бизнеса в регионе.

Для того чтобы осуществлять свою работу качественно и эффективно, маркетинго-логистическая система должна иметь в штате квалифицированный персонал. К ним относятся: менеджер по маркетингу, менеджер по логистике, аналитик, юрист, финансист, IT-специалист, менеджер по продажам. Кроме того, к отдельным проектным работам могут привлекаться внешние специалисты-аутстаферы.

Таким образом, на основании проведенного анализа необходимых для эффективного развития региона услуг и потребностей предприятий в маркетинго-логистических сервисах можно сделать вывод, что маркетинго-логистические услуги востребованы в Орловском регионе, однако для наиболее полного и системного оказания этих услуг необходимо формировать маркетинго-логистическую систему, поскольку ни одна организация в комплексе их не оказывает и не может привлечь для этого необходимые ресурсы, в первую очередь квалифицированный персонал.

Список литературы:

1. Камышников, В.А.. Введение в логистику [Электронный ресурс] / В. А. Камышников. - Режим доступа: http://samlib.ru/k/kamyshnikow_w_a/logistika.shtml. Дата обращения: 29.03.2012.
2. «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://raexpert.ru/ratings/>. Дата обращения: 29.03.2012.

Стрелкова Ольга Владимировна
Аспирантка ФГБОУ ВПО «Государственный университет –
учебно-научно-производственный комплекс»
e-mail: svva-olga@mail.ru