

Направления и факторы институционального роста современного логистического рынка в России

© 2014 Михайлюк Михаил Владимирович

кандидат экономических наук

Ростовский государственный университет путей сообщения
344038, г. Ростов-на-Дону, пл. Ростовского Стрелкового Полка

Народного Ополчения, д. 2

E-mail: Mihailuk.M@gmail.com

Представлен анализ специфики российского рынка профессиональной логистики в контексте эмпирической оценки факторов и условий, определяющих его зарождение и дальнейшее развитие. Опираясь на диагностику особенностей современного развития товарного рынка в России, макроэкономические условия рыночного роста, автор обосновывает возможности расширения сегмента профессиональной логистики, в том числе за счет перехода в него 2PL-операторов. Рост последних может быть поддержан спросом со стороны отечественных производственно-торговых компаний. Работа с ними требует гибкости и ценовой эластичности предложения, которые не могут быть сформированы более инертными зарубежными игроками.

Ключевые слова: аутсорсинг, PL-логистика, товарный рынок, розница, сетевая розница, производство.

Анализ любой сферы экономической деятельности связан с эмпирической оценкой специфики ее конкурентной среды, формационной структуры рынка, барьеров входа в отрасль, факторов ее развития и т.д.

Развитие товарного рынка России, скорость его трансформации и организационного преобразования в немалой степени определяются спецификой работы и синхронностью роста такого сегмента, как логистика - логистический аутсорсинг.

Указанная связь легко просматривается в самом факте возникновения логистического рынка, который как цивилизованный полноценный сегмент возник благодаря спросу со стороны зарубежных производственно-торговых компаний, приход которых в Россию сформировал эмпирический запрос на качественную логистику¹. В настоящее время системный спрос на логистику формируется со стороны таких бизнесов, как автомобилестроение, фармацевтика, химическая промышленность и сфера производства продуктов питания, потребительский рынок, оптовый бизнес и сетевая розница. Именно эти сегменты с 2000-х гг. формировали спрос на качественное логистическое обслуживание, импульс для развития профессиональной сторонней логистики, расширения логистического аутсорсинга.

Оценивая структуру последнего, можно констатировать, что логистический рынок в России не консолидирован. С одной стороны, его наиболее крупными операторами являются те же компании, что и работают в Европе: DHL, Schenker Logistics, Panalpina и Kühne+Nagel,

французские DPD, FM Logistic и Gefco, датская Maersk, UPS и TNT, Itella Logistics. Данный список дополняет крупный российский оператор STS Logistics. Доля этих компаний не превышает 20 % рынка, что указывает на отсутствие на рынке крупных игроков. С другой стороны, на рынке находятся около 4 тыс. компаний, предлагающих транспортно-экспедиторские услуги.

Такая структурная характеристика логистического рынка со стороны предложения имеет ряд особенностей². Во-первых, небольшие логистические операторы не имеют сопоставимых с зарубежными масштабов ведения бизнеса, равно как и не обладают соразмерными технологическими возможностями. Исключение из числа российских операторов представляют "Алиди" (складская логистика, широкий региональный охват), "С-Лоджистик" со складскими площадями в Поволжье, "Кинетика", "Молком", "Максилог" и др. Во-вторых, российские логистические компании и транснациональные образуют сегменты, которые практически не пересекаются - их пересечение даже в перспективе представляется маловероятным. Отечественные операторы - это преимущественно 2PL-услуги отечественным товаропроизводителям и рознице, а также агентские операции для зарубежных наднациональных компаний в рамках локальных проектов в отдельных регионах. Крупные операторы - это 3PL и 4PL-услуги, управление всей цепочкой движения продукции.

Факторов и причин формирования именно такой формационной структуры рынка не так

много. Это, прежде всего, низкий барьер входа в отрасль и капиталоемкость масштабирования бизнеса, хотя и она не является значительной. На отечественном рынке логистики невысок порог входа в отрасль, эффективная работа в которой не предполагает обязательное владение собственными активами. Экспедиторский бизнес максимально завязан на субподряд и плотно работает с владельцами транспорта, которым осуществляет доставку. В сфере таможенных услуг необходима лишь лицензия для осуществления деятельности. В складской логистике аренда склада среднего размера не превышает 10 млн руб., что позволяет легко войти в нишу и начать работать. Общие технологические сложности в 2PL невелики, инвестиции незначительны, что открывает возможность входа для многих компаний, что они и делают. Реальные трудности возникают в процессе развития бизнеса, конкурентной борьбы, но в российских реалиях они перманентно «сглаживаются» кризисами, рецессиями, сменой акцентов в конкурентной борьбе, торможением инноваций и прочими факторами. Кроме того, с течением времени именно управленческий аспект, технологии и координация операций приобретают первостепенное значение, становятся основным конкурентным преимуществом, которое «работает» на упрочение другой закономерности этого бизнеса. В логистике наличие собственных складов у аутсорсера не формирует однозначного рыночного преимущества. Складские активы, в определенной степени повышая надежность компании и обеспечивая ее независимость в части тарифной политики, образуют дополнительные издержки в периоды недозагрузки мощностей. Строительство складов требует времени, замедляет работу, что с операционно-тактической точки зрения подчеркивает большую эффективность быстрой субаренды.

В реальной рыночной практике все эти экономические резоны образуют континуум подходов от активного развития собственных логистических активов до чистой аренды, а также срединные стратегии. Наиболее часто их придерживаются транснациональные операторы, у которых автотранспорт и собственные складские активы не превышают трети³.

На наш взгляд, характеризуя формационную структуру российского логистического рынка и объясняя специфику работы отдельных сегментов, мы фактически выделяем стратегические императивы выстраивания дальнейшей работы в этом бизнесе и развития рынка в целом. Очевидно, что фактор, серьезно отделяющий крупный логистический бизнес от мелкого, - это обороты, бренд, наработанные технологии и опыт в

сфере 3PL-логистики, доступ к длинным и недорогим инвестиционным деньгам, наличие залоговой базы, запас финансовой прочности, позволяющей легче справиться с иногда зашкаливающими отраслевыми рисками.

В мелком бизнесе все указанные факторы отсутствуют, а более упрощенная специализация и несколько жесткое разграничение сегментов не позволяют подняться над 2PL-профилем и активно осваивать новую более сложную сервисную нишу. Тем не менее главный вывод здесь состоит в том, что в логистическом бизнесе основным драйвером конкурентного роста и развития выступают технологии и управление⁴. Именно в рамках этих аспектов сегодня происходит повышение эффективности работы многих российских операторов, которые, не имея лишних финансовых ресурсов и не принимая на себя кредитные риски в условиях высокой волатильности рынка, могут увеличивать объемы обслуживаемого грузооборота на имеющихся мощностях за счет, прежде всего, повышения производительности труда. Когда данный ресурс конкурентного роста будет серьезно освоен и поднят на достаточную высоту, при стабилизации общей ситуации в экономике могут сформироваться условия для расширения отечественного сегмента 3PL за счет новых операторов средней величины.

В 2015-2016 гг. в условиях преобладания дефляционных трендов в европейской экономике, санкций и геополитического противостояния с Россией можно ожидать снижения спроса на комплексную логистику со стороны крупных зарубежных производственных компаний и дистрибуторов. В условиях ужесточения банковского кризиса органический рост бизнеса зарубежных компаний сойдет на нет. Мы увидим дальнейшее падение объемов импорта на фоне нарастающей локализации в России зарубежных производств, обеспечивающей дополнительную и крайне важную в кризис экономию. В целом, стремление сэкономить на логистике при сокращении объемов экспорта в Россию ослабит спрос в сегменте 3PL. В этих условиях рост спроса на комплексные логистические услуги будет происходить со стороны уже российских компаний, которые могут плавно отойти от привычной для них половинчатой стратегии - частично развивать автономную логистику, частично закрывать управление отдельными частями логистической цепочки за счет привлечения профессиональных операторов. Эта стратегия вошла в практику как системное следствие традиционно незначительных объемов продаж, ввиду которых формировалась многолетняя привычка экономить на всем.

Другой фактор автономизации логистики в бизнес-среде - недостаточное развитие самого логистического рынка, который де-факто не в состоянии удовлетворить все запросы бизнеса. В регионах уровень логистического аутсорсинга невысок, по нетрадиционным товарным линейкам практически отсутствует качественное предложение и активы, позволяющие размещать запасы на стороне.

Вполне возможно, что в условиях санкционных ограничений, ослабления импорта и “зарубежного” спроса более мелкие компании получат возможность более масштабно реализовать с годами наработанные ими конкурентные преимущества - способность адаптивно работать в условиях волатильности товарооборота и изменчивости российской бизнес-среды. Активизация спроса со стороны отечественных компаний, рассчитывающих на гибкую ценовую политику и скидки, сформирует импульс для развития отечественного логистического бизнеса, его технологического роста, последующей миграции компаний в сегмент 3PL-услуг. Это может реально расширить возможности развития российских логистических провайдеров, институциональный рост которых, тем не менее, будет сдерживаться традиционными факторами “формационной стагнации” рынка, к числу которых можно отнести следующие⁵:

- нежелание передавать основные логистические процессы сторонним профессиональным логистическим структурам;
- локальное территориальное развитие логистических операторов, преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге, а также в некоторых крупных грузообразующих городах;
- отсутствие длинных инвестиционных кредитных ресурсов для развития регионального логистического аутсорсинга.

Последний фактор, на наш взгляд, имеет существенное значение, которое возрастает в результате его наложения на другой фактор - высокие отраслевые риски развития. И в части рисков, и в части снижения стоимости кредитов в близлежащей перспективе нет оснований ожидать благоприятных изменений.

В РФ Центробанк проводит весьма мягкую политику опосредованной кредитной поддержки реального сектора экономики, которая не зафиксирована в формате стратегических императивов развития самого регулятора. Мы обратились к зарубежному опыту таргетирования инфляции, установили целевые ориентиры в этой политике, весьма жесткие, сами же их нарушили, многократно поднимая учетную ставку в попытке поддержать слабеющую национальную валюту

(4 раза за 2014 г.). Между тем, в России де-факто отсутствует системная практика целевой эмиссии под бюджетные задачи, ЦБ РФ не является источником насыщения хозяйственного оборота дешевой ликвидностью ни прямо, ни практически опосредованно. Именно эта конфигурация выступила спусковым крючком для кризиса 2008 г. применительно к отечественной экономике. Ее дальнейшая консервация обусловила критическое тиражирование нынешних санационных мероприятий со стороны монетарных властей России, которые в условиях закупорки внешних каналов поступления кредитов не в состоянии полноценно - полномасштабно - решить задачу импортозамещения капиталов в экономике страны.

С отраслевыми рисками ситуация выглядит не менее драматично. Вся проблема состоит в том, что отраслевая политика является фрагментом более важного целого - политики индустриальной, а она в России практически отсутствует. В случае с рынком логистики дополнительная сложность состоит в том, что речь идет не просто о политике, а о политике связанной, в рамках которой все элементы рынка будут функционировать как единое целое. Дефицит именно такого рода синергии формирует сложную эволюционную петлю асинхронности развития отдельных элементов инфраструктуры товарного рынка, механика институционального роста которых никак не позволяет теоретически позиционировать и вмещать их в мягкие рафинированные определения. Пример тому - рынок складов, который в пореформенный период развивался, прежде всего, как рынок спекулятивных складов. Более тяжеловесный пример - структурные перекосы в экономике, асинхронность развития ее базовых экономических процессов: производства, потребления, обращения и финансов.

В 2014-2016 гг. никаких предпосылок для ослабления кризисной ситуации не просматривается, а значит, развитие логистического рынка будет стихийным. Возможно, текущий кризис сформирует своего рода положительную точку бифуркации в институционализации отечественной профессиональной логистики: операторы средней формации смогут использовать возможности, открывающиеся кризисом, и технологически перестроить свои бизнесы, перераспределяя в свою пользу часть спроса со стороны российских производственно-торговых компаний.

На фоне общего снижения динамики роста рынка аутсорсинга транспортно-логистических услуг России наиболее вероятным представляется дальнейшее изменение структуры спроса на этом рынке, что сформирует различные возмож-

ности развития для логистических операторов. При сокращении спроса на транспортные услуги - проблемы транспортировки будут решаться по максимуму силами самих бизнесов - следует ожидать повышения спроса на управленческие услуги, оптимизацию запасов и заказов по всему периметру цепочки.

На сегодняшний день по европейским меркам спрос на 4PL-логистику в отечественной бизнес-среде невысок и не превышает 20 % от суммарного объема логистического аутсорсинга.

Новые условия конкуренции на товарном рынке страны характеризуются рядом особенностей. Это:

- фундаментальное нарастание спросовых ограничений в экономике;
- переход сетевой розницы в новую фазу развития, где основные ставки делаются на сокращение издержек, отход от затратного мультиформатного сбыта и предельная рыночная локализация;
- развитие интернет-торговли, для которой логистика составляет более выпуклый инструмент управления бизнесом и формирования конкурентных преимуществ;
- и др.

В данных условиях спрос на качественный логистический сервис может возрасти. Все это задает новые тренды в развитии рынка, трансформации его формационной структуры, которая может обрести отчетливый институциональный крен. По мере насыщения FMCG-ритейла со стороны предложения, организационной перестройки каналов сбыта, эмпирического пере-

определения пропорций в системе многоканальной мультиформатной дистрибуции комплексное управление всей цепочкой поставок может постепенно выйти на передний план. Более мелкие компании на логистическом рынке могут и должны воспользоваться реструктуризацией спроса и использовать растущий эмпирический запрос на качественную логистику со стороны российских компаний. Мы можем наблюдать постепенный переход части логистических операторов из 2PL в 3PL, а также повышение компетенций логистических операторов в 4PL, рост этого сегмента, возможно двукратный до 2020 г. Планирование, управление заказами и оптимизация складской логистики потребуют более высокой компетенции, использования более сложных программных средств, интеграции цепей поставок. Это означает качественный рост логистического аутсорсинга и расширение сегмента высокотехнологичной управленческой логистики.

¹ Джермейн Р., Гюнтер А. Контрактная логистика и аутсорсинг в России // Логистика. 2012. □ 7.

² Воинов В. Рынок логистики в России чрезвычайно подвижен // LOGISTICS. 2014. □ 10.

³ Рынок транспортно-логистических услуг на пути к консолидации отрасли. По материалам Евро-Азиатской Логистической Ассоциации // ЛОГИНФО. 2012. □ 1-2.

⁴ Охотников И., Сибирко И. Природа рынка логистического аутсорсинга: трансформация транзакционных действий в транзакционные услуги // Логистика. 2014. □ 2.

⁵ Елин В. Куда стремится логистический аутсорсинг в России // ЛОГИНФО. 2011. □ 1-2. С. 16.

Поступила в редакцию 02.10.2014 г.