



Наталья Киреева,
к.э.н., доцент кафедры
«Предпринимательства
и логистики», РЭУ
им. Г.В. Плеханова



Анастасия Макеева,
студентка III курса факультета
менеджмента, направление
«Управление малым бизнесом»,
РЭУ им. Г.В. Плеханова



Анна Низкая,
студентка III курса факультета
менеджмента, направление
«Управление малым бизнесом»,
РЭУ им. Г.В. Плеханова



Олег Мерц,
студент III курса факультета
менеджмента, направление
«Управление малым бизнесом»,
РЭУ им. Г.В. Плеханова

АНАЛИЗ КРИТЕРИЕВ ВЫБОРА ПРОВАЙДЕРОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация. Какими критериями руководствуются представители малого бизнеса, выбирая логистического провайдера? Какие возможности предоставляет логистический провайдер малому бизнесу? В каком направлении развиваться дальше? Почему сегодня наиболее важным критерием выбора становится скорость доставки? Ответы на эти и другие вопросы мы попытаемся дать в настоящей статье.

Ключевые слова. Малый бизнес, провайдеры логистических услуг, скорость доставки, критерии выбора, преимущества.

Annotation. What criteria guided small businesses, choosing a logistics provider? What opportunities provides the logistics provider for the small business? In what direction to develop further? Why today is the most important choice criterion is the speed of delivery? The answers to these and other questions we will try to give in this article.

Key words. Small business, providers of logistic services, speed of delivery, selection criteria, advantages.

Успешное ведение предпринимательской деятельности предполагает решение целого комплекса задач, в число которых входит выбор использования логистических услуг в компании, а именно способ управления материальными и сопутствующими ему потоками от источников сырья до конечного потребителя. Выбор может осуществляться в пользу одного из двух вариантов: самостоятельное управление логистическими потоками, или привлечение в процесс управления цепями поставок дополнительных участников, к которым относятся логистические провайдеры.

На сегодняшний день малый бизнес представляет для многих существенный интерес [1]. Согласно статистике Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства число субъектов малого и среднего предпринимательства за период с 1 августа 2016 г. по 10 апреля 2017 г., а также количество микро- и малых предприятий увеличилось на 8,98%, что говорит о динамичном росте. При этом стоит обратить внимание, что в основном рост произошел за счет микропредприятий (рис. 1).

Однако в своем исследовании мы сохраним терминологию «малый бизнес», несмотря на то, что фактически рассмотренные нами предприятия относятся к категории микропредприятий. Международного стандарта, позволяющего относить предприятия к малому бизнесу, не существует, чем и объясняются большие расхождения в оценке роли малых предприятий в экономике разных стран, поэтому, говоря о малом бизнесе, имеют в виду микропредприятия.

Критериями отнесения к микропредприятиям чаще всего выступают численность персонала, объем оборота или дохода, величина активов и др. Так, согласно ФЗ от 24.07.2007 №209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) к субъектам малого и среднего предпринимательства предприятие относят, если выполняется несколько условий, в числе которых среднесписочная численность работников и предельные значения дохода, полученные от предпринимательской деятельности. Согласно установленным значениям малый бизнес подразделяется на следующие категории (табл. 1).

Начиная деятельность, практически все субъекты малого бизнеса сталки-

ваются с вопросом реализации логистических процессов в компании, на что рынок отвечает разнообразием логистических посредников [2]. Согласно набору осуществляемых функций и услуг такие компании можно поделить на виды: 1PL-провайдеры, 2PL, 3PL, 4PL и 5PL.

В качестве 1PL-провайдера выступает сама фирма-грузовладелец, то есть она реализует логистические процессы собственными силами. Такой способ актуален на начальной стадии ведения бизнеса либо в том случае, если компания имеет собственный отдел логистики.

Использование услуг 2PL-провайдера предполагает частичный логистический аутсорсинг. В данном случае фирма-грузовладелец прибегает к привлечению подрядчика (сторонней транспортной компании), который обеспечивает ограниченный функционал и использует свой транспортный парк, поскольку сама фирма не обладает собственным транспортом. При таком сервисе фирма-грузовладелец занимается основной частью таких функций, как организация логистической цепочки, складирование и планирование [6].

Таблица 1.
Критерии отнесения к категориям субъектов малого и среднего предпринимательства

Категория предприятий	Среднесписочная численность работников	Предельные значения дохода
Микропредприятия	До 15 чел.	120 млн руб.
Малые предприятия	До 100 чел.	800 млн руб.
Средние предприятия	От 101 до 250 чел.	2 млрд руб.

Участие 3PL-провайдера в логистической цепи фирмы предполагает аутсорсинг всех внешних логистических операций фирмы-грузовладельца. Важным моментом является то, что такой оператор не включается во внутреннюю хозяйственную деятельность клиента, а является специализированной компанией, имеющей в штате высококвалифицированных сотрудников и предоставляющая услуги в области транспортировки товара, складирования, сквозного складирования, технического управления складскими запасами, упаковки и экспедирования грузов.

Привлечение 4PL-провайдера представляет собой как реализацию внешней комплексной транспортной логистики, так и управление внутренними логистическими бизнес-процессами на предприятии. Такой оператор имеет право планировать и проектировать все цепочки поставок компании-клиента. Использование такого 4PL-провайдера повышает конкурентоспособность компании и расширяет ее присутствие на рынке.

Сегодня 5PL называют виртуальной логистикой. 5PL-провайдеры – это логистические аутсорсеры, которые оказывают весь спектр услуг, используя глобальное информационно-технологическое пространство. Такой провайдер становится виртуальным логистическим партнером, обладающим всей информацией о логистическом потенциале участников рынка на данный момент времени, а высокотехнологичная ИТ-база таких провайдеров позволяет строить самые оптимальные логистические цепочки. Такой оператор может и не обладать собственной материальной, финансовой, рабочей и какой-либо другой базой, которые используются непосредственно в организации перевозок, однако обеспечивает взаимосвязь всех вышеперечисленных ресурсов, автоматизируя и оптимизируя работу по поиску логистических решений. Такой провайдер не только упрощает ведение бизнеса в целом и сокращает затраты на его

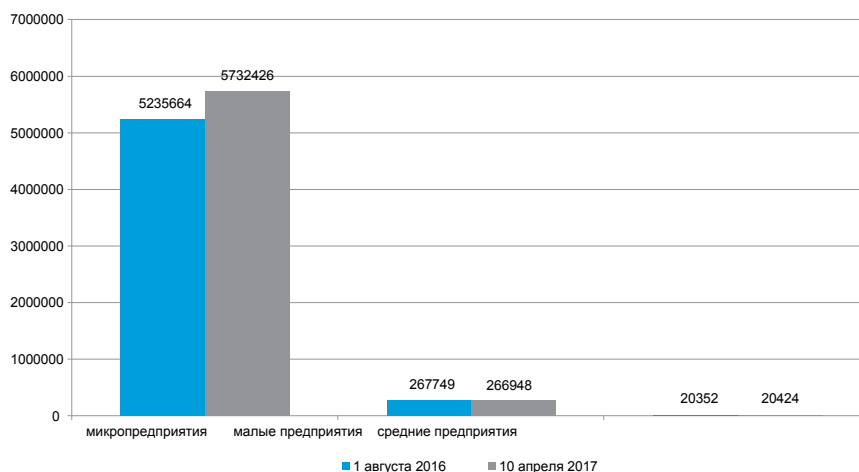


Рисунок 1. Количество субъектов малого предпринимательства

создание, но и открывает доступ к мировому рынку благодаря международной направленности 5PL-операторов.

Выбор логистического оператора ставит владельца малого бизнеса перед необходимостью оценить множество факторов: совокупность логистических функций, которые он хотел бы предоставить провайдеру, наиболее важные критерии при перевозке груза и другое.

Представленное исследование проведено с целью определения наиболее значимых критериев выбора логистических компаний владельцами малого бизнеса. Актуальность же данной работы обусловлена выявлением реальных факторов, влияющих на выбор логистического провайдера субъектами малого бизнеса.

В рамках исследования проведено анкетирование 70 представителей микро- и малого бизнеса для выявления особенностей использования услуг логистических провайдеров. Проанализированы результаты анкетирования компаний, осуществляющих деятельность в сферах торговли и услуг. Анкетированием были охвачены такие виды деятельности, как цветочный интернет-магазин, оптовая торговля продуктами питания, интер-

нет-магазин подростковой одежды, продажа женской обуви, работа с фотографиями, розничная продажа сладостей из Европы и другие. Выявлен ряд причин, вследствие которых владельцы малого бизнеса используют услуги логистических провайдеров, а также наиболее значимые критерии при выборе транспортной компании.

Все респонденты были разделены на две группы: первая – 57,1% из числа опрошенных, которые пользуются услугами логистических провайдеров, вторая – 42,9%, не прибегавшие к услугам логистических операторов.

Мотивацией первой группы респондентов для использования услуг логистических провайдеров послужило отсутствие собственных возможностей для транспортировки груза – 75,7% опрошенных, а также оптимизация логистических процессов – 24,3%. Были выявлены основные критерии выбора логистических провайдеров (множественные варианты ответа). Для 75% респондентов оказалась наиболее важной скорость доставки товара, 70% опрошенных выделили наличие преимуществ для малого бизнеса. Более половины респондентов (около 55%) указали на значимость упрощенного оформления документации, сто-

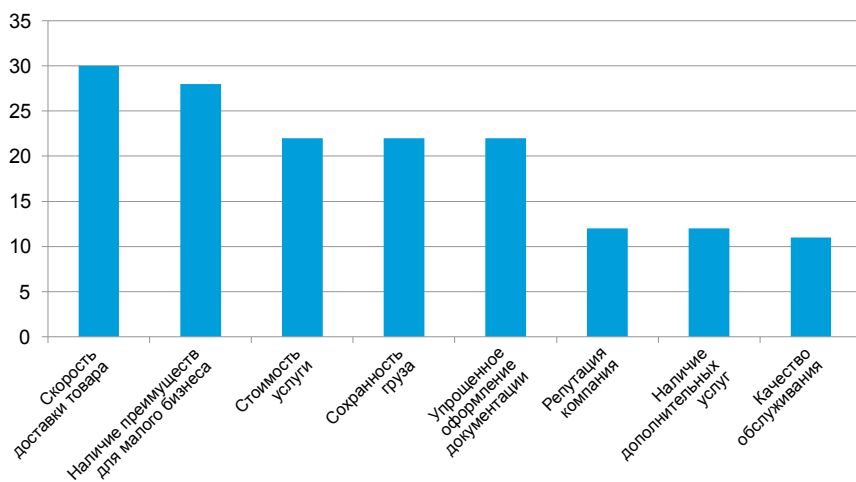


Рисунок 2. Критерии выбора логистических операторов представителями малого бизнеса

имости услуги доставки, сохранности груза на пути следования. Лишь треть респондентов отметили репутацию компании, наличие дополнительных услуг (маркировка, упаковка и т.п.) и качество обслуживания.

В целом критерии выбора логистических операторов владельцами малого бизнеса распределились следующим образом (в процентах от суммы критериев. Одна компания могла выбрать несколько наиболее значимых для нее критериев), (рис. 2).

Данная диаграмма интересна с точки зрения лидерства скорости доставки товара и появления такого критерия, как *упрощенное оформление документации*, что также сказывается на скорости оформления заказов. Для микропредприятий одним из конкурентных преимуществ является скорость реакции на запросы потребителей как при изготовлении новых продуктов, так и при доставке продукции из существующей линейки [3]. Ни для кого не секрет, что поколение миллениалов, которое в скором времени составит основную массу потребителей, очень требовательно к немедленному удовлетворению собственных потребностей [2].

Наличие преимуществ для малого бизнеса говорит о желании получить индивидуальный подход и финансовые преимущества. Подробнее рассмотрим этот критерий ниже. Стоимость услуги и сохранность груза получили равную долю в общих ответах респондентов, поскольку стоимость услуг стала сопоставимой у многих компаний, и дифференциация идет уже индивидуально, в зависимости от специфики компании и объемов оборота. Сохранность груза также на-

ходится на высоте, хотя и не достигает уровня 100%.

Репутация компании также далеко не в лидерах критериев выбора поставщика, здесь законы рынка и высокая конкуренция отсеивают менее успешных участников. *Наличие дополнительных услуг* востребовано не всеми компаниями, поэтому данный критерий не лидирует. А вот *качество обслуживания* нужно всем, однако данный критерий занимает последнюю строчку, потому что качество обслуживания у разных компаний примерно сопоставимо и здесь речь идет скорее о вежливости и пунктуальности отдельных курьеров. Компания малого бизнеса с легкостью поменяет провайдера логистических услуг, если его курьеры будут получать нарекания от покупателей. Об этом, кстати, свидетельствуют и результаты проведенного исследования «Логистические услуги для интернет-магазинов: мнения и ожидания клиентов» [8].

Опрошенные второй группы, не использующие логистические услуги, единогласно ответили, что в будущем планируют сделать это. Исходя из важности критериев выбора транспортного провайдера можно сделать следующие выводы: во-первых, абсолютное большинство (93% данной группы) выбрали стоимость услуги, скорость доставки и наличие преимуществ для малого бизнеса, что свидетельствует о недостатке собственной ресурсной базы; 60% респондентов обозначили важность упрощенного ведения документации и наличия дополнительных услуг по типу маркировки и упаковки у данных операторов. Из вышеизложенного можно сделать вывод, что основными критериями являются возможность

скорой дешевой доставки с упрощенным оформлением документов и качественным сохранением груза. В свою очередь, это обуславливает тенденцию развития малого бизнеса, который старается действовать наиболее оперативно в условиях динамично развивающейся рыночной среды, сокращая при этом свои затраты.

Стоит отметить, что одним из неоднозначных критериев выбора провайдера логистических услуг является наличие преимуществ для субъектов малого бизнеса. На начальных этапах создания своего дела предприниматель сталкивается с проблемой больших расходов, что является стимулом к поиску возможных преимуществ и получению некоторых выгод в процессе деятельности. Если говорить об ответах респондентов, то в качестве возможных преимуществ в процессе коммуникации с логистическим оператором они указали следующее:

- 1) получение скидки на перевозку (снижение минимальной границы объема продукции для малых предпринимателей, которую можно перевезти с предоставлением скидки);
- 2) получение льгот (при долгосрочном сотрудничестве определенная по счету поставка предоставляется бесплатно);
- 3) возможность рекламирования логистическими провайдерами конкретной компании малого бизнеса (например, размещение компании на своем сайте как постоянного клиента);
- 4) возможность получения бесплатных консультаций от логистических провайдеров по оптимизации логистических процессов;
- 5) информационная поддержка малых предприятий (помощь в подборе нужного логистического провайдера, необходимого транспорта, пути передвижения).

Первые три перечисленных возможности активно используются малым бизнесом, а вот вопросы информационной поддержки выражены пока недостаточно явно. Скорее это прерогатива государственных организаций и объединений, оказывающих поддержку малому бизнесу [8], однако последние ожидают информационной поддержки от представителей реального бизнеса.

Если рассматривать взаимоотношения малого бизнеса и логистических провайдеров в комплексе, то главным преимуществом будет возможность осуществления доставки конечным потребителям в короткие сроки и с меньшими затратами, чем это мог бы сде-

лать сам предприниматель на начальном этапе ведения бизнеса, и без инвестиций в основные средства. Кроме того, пользование услугами логистических провайдеров – это возможность осуществления различных операций управления цепью поставок по одному договору, в том числе международной транспортировки, таможенного оформления, ответственного хранения, доставки до конечного потребителя.

Вышеописанное свидетельствует о большой роли логистических операторов в малом бизнесе. Ввиду малой ресурсной обеспеченности малый бизнес вынужден прибегать к помощи логистических провайдеров для наиболее эффективного функционирования. Можно заметить, что наряду с оперативностью и стоимостью доставки груза для респондентов также важны преимущества для малого бизнеса, которые оказывают существенное влияние на выбор логистического оператора. Наиболее востребованными среди представителей малого бизнеса являются 3PL-операторы, предлагающие внешний логистический аут-

сорсинг, заметно упрощающий ведение бизнеса как с финансовой, так и организационной стороны. При создании компании по предоставлению логистических услуг следует ориентироваться и на малые предприятия, количество которых с каждым годом продолжает увеличиваться, а крупным логистическим провайдерам предусматривать продукты, ориентированные на представителей малого бизнеса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Завьялов Д.В. Теория и практика малого и среднего предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2012. – № 6.
2. Киреева Н.С. Логистика – новый уровень менеджмента. Обзор, резюме и обобщение методов управления: монография. – М.: Издательство «Спутник+», 2016. – 141 с.
3. Киреева Н.С. Создание добавленной стоимости в цепях поставок при минимальных сро-

ках и стоимости в условиях дефицита временного ресурса предпринимателя // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18. – № 3.

4. Левкин Г.Г. Основы логистики: учебник / Г.Г. Левкин, А.М. Попович. – М.-Берлин: Издательство «Директ-Медиа», 2015. – 387 с.
5. Логистические услуги для интернет-магазинов: мнения и ожидания клиентов // Исследование компании DataInsight. – 2015.
6. Муртазина Э., Фахрутдинова Э. Логистика и управление цепями поставок. – Казань: Издательство «КНИТУ», 2013.
7. Неруш Ю.М., Саркисов С.В. Транспортная логистика: учебник. – М.: Издательство «ЮРАЙТ», 2016.
8. Слепенкова Е.В., Киреева Н.С., Строганов И.А. Студенческие проекты как поддержка малого предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18. – №3. – С. 399–404. ■