

Транслогистическая платформа: развитие логистических информационных платформ



О. Н. Дунаев,
д-р экон. наук, профессор,
председатель комитета
по логистике Торгово-
промышленной палаты РФ



Т. В. Кулакова,
д-р экон. наук, директор
Центра экономики
транспорта ИЭТиТП
Национального
исследовательского
университета «Высшая
школа экономики»

В статье анализируется эволюция логистических платформ и обобщается понятие транслогистической платформы, технологическую основу которой составляют транспортная инфраструктура, складское и терминальное хозяйство и IT-инфраструктура. Оцениваются возможности формирования транслогистической платформы в регионах РФ.

Логистика выступает решающим фактором для евроазиатской интеграции и отмечается во всех цепочках создания стоимости. Выделяют три этапа в развитии логистики: в 60-е годы прошлого века функции логистики были фрагментированы, в 80-е годы в сфере логистики началась консолидация, с начала XXI века стала преобладать парадигма кооперации (рис. 1).

Термин «платформа» трактуют по-разному. Широкое толкование – вид деятельности, узкое – конкретный продукт. Одни авторы акцентируют внимание на конкретном инструменте, другие пытаются встроить концепцию платформы в цепочку создания стоимости фирмы. Однако все исследователи единодушно утверждают, что внедрение концепции платформы направлено на увеличение гибкости и адаптивности фирм в конкурентной борьбе. При этом платформа выступает инструментом поддержки сетевой кооперации.

Разнообразны взгляды и на определение сущности логистической платформы в теоретических и практических исследованиях. Логистическую платформу определяют как конкретное место, где взаимодействуют субъекты

цепи поставок; территорию, организационную структуру и сервис для автоматизации логистических операций (табл. 1).

Логистическую платформу часто рассматривают наряду с электронной коммерцией и каналами сбыта. Следовательно, работы фокусируются на маркетинговой стратегии и возможностях логистической платформы в плане оптимизации информационных потоков с помощью широкого использования электронной коммерции. Европейская ассоциация логистических платформ считает, что логистическая платформа представляет собой транспортно-логистический центр [9]. Этот подход поддерживают в США и Японии.

В связи с этим выделяют два основных подхода к определению логистической платформы: 1) элемент транспортной инфраструктуры, в рамках которого осуществляется централизованный контроль; 2) интегратор бизнеса, в рамках которого осуществляется межорганизационное взаимодействие для одновременного решения двух задач – улучшения сервиса и уменьшения издержек.

Таким образом, практически все авторы указывают на то, что логистическая платформа обеспечивает доступ к услугам и информации, поддерживая логистическую деятельность компаний, формирует среду неограниченного взаимодействия (кооперации) в цепочках создания ценности бизнес-компаний.

На практике получили широкое распространение региональные логистические информационные платформы. Им свойственна полицентрическая структура, т. е. региональные логистические платформы включают равно-



Рис. 1. Эволюция логистической интеграции

Таблица 1. Определения логистической платформы

Авторы	Определение
Cambra-Fierro J., Ruiz-Benitez R., 2009 [1]	Физическое место, где различные агенты цепи поставок интегрируются <...> для содействия логистическим потокам, действует как стратегический интерфейс между сетями глобальных и региональных уровней <...> с целью повышения эффективности цепи поставок
Aldin N., Stahre F., 2003 [2]	Однородная часть логистической системы в цепи поставок <...> централизованно управляется фокусной организацией <...> таким образом, что представляет собой ресурс, базу для позиционирования маркетинговых каналов
Leal E., Salas G., 2009 [3]	Специализированная область с инфраструктурой и услугами, которые требуются для совместной интермодальной транспортировки и формирования добавленной стоимости продуктов на основе использовании общей инфраструктуры
Váncza J. et al., 2010 [4]	Предоставление комплексных услуг для коммуникации и оценки релевантной информации, которая может повлиять на работу каналов поставок
Abrahamsson M. et al., 2003 [5]	Часть логистической системы в цепи поставок <...>, которая централизованно управляется фокусной организацией <...> и включает в себя: 1) логистические операции; 2) физическую структуру, процессы, деятельность; 3) информационные системы для проектирования, эксплуатации и составления отчетов
Иванов Д.А., 2006 [6]	Логистическая платформа выступает виртуальным предприятием, обеспечивающим всем его участникам доступ к общему информационному пространству: общим базам данных предприятий-участников, их функциональным возможностям (компетенциям) и технологическим операциям
Карнаухов С.Б., 2012 [7]	Логистическая платформа – особые организационные структуры, способные координировать процессы товародвижения, включая внутренние и внешние (экспортно-импортные) потоки, формы ассоциирования экономически и юридически самостоятельных участников логистических цепей и сетей для достижения общих стратегических и тактических целей по оптимизации процесса товародвижения с наименьшими трудовыми, материальными и финансовыми затратами
Дунаев О. Н., Нестерова Д. В., 2015 [8]	Транслогистическая платформа – это экономическое пространство сетевого взаимодействия / кооперации компаний, которое структурировано единым / общим процессом по созданию добавленной стоимости, а также единой (выстроенной по общим стандартам) технологией управления бизнес-сетью, охватывающей участников интегрированной цепи поставок на евроазиатском экономическом пространстве

правных партнеров, имеющих свободные отношения друг с другом. Такие платформы располагаются в территориальной близости друг от друга. Из анализа подобных платформ [10, 11] следует, что на их основе оказываются услуги трех видов: государство для бизнеса, бизнес для государства и бизнес для бизнеса (рис. 2).

Ценность продукта растет в результате взаимодействия компаний за счет сетевого эффекта. Следует учесть, что платформа – не цепь поставок, которая

носит линейный характер. Бизнес-компании, входящие в платформу, непосредственно взаимодействуют с потребителями.

Сегодня в некоторых странах наметился переход к формированию транслогистических платформ [12]. В нашем понимании транслогистическая платформа представляет собой пространство сетевой кооперации компаний/организаций по созданию потребительской ценности для клиента на базе координируемых логистических взаимодейст-

вий по управлению цепочками поставок / цепочками создания продукта / цепочками создания ценности на региональном, национальном и международном уровне. Механизмы, способствующие переходу к транслогистической платформе, включают в себя интеграцию по вертикали и по горизонтали на рынках, которые демонстрируют сетевые эффекты, свободный доступ к логистическим информационным платформам и обмен ценностью в целях привлечения инвестиций.

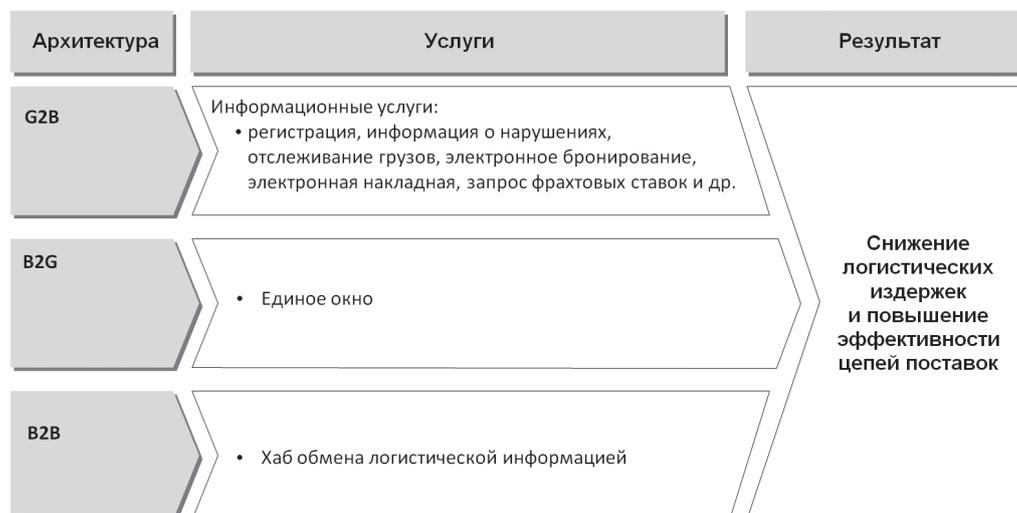


Рис. 2. Функциональная структура региональных информационных логистических платформ



Рис. 3. Основные регионы России по численности населения (% к численности населения РФ) в 2015 г. Здесь и на рис 4 представлены данные, полученные авторами после расчета на основе [13]

Основной эффект формирования транслогистической платформы связан со снижением транзакционных издержек: поддерживаемые стандарты позволяют снизить издержки торгов и взаимодействия по сети. При взаимодействии на базе транслогистической платформы можно получить мощный синергетический эффект за счет координации управления. Это эквивалентно консолидации разрозненных активов в единую структуру, которая работает по общим стандартам:

- 1) регулирующим стандартные виды логистической деятельности,
- 2) регулирующим формирование сложных/комбинированных профессиональных компетенций и использования нематериальных активов.

Оценка возможностей формирования новых логистических платформ может быть основана на объеме трафика

в регионе, количестве населения, количестве занятых и количестве логистических компаний. Для решения задач, стоящих в настоящем исследовании, с учетом возможностей национальной статистической базы выберем три показателя:

- 1) количество населения;
- 2) количество занятых;
- 3) количество транспортных компаний.

Количество населения характеризует емкость рынка логистических услуг. Наибольшая доля населения 26,7 % (2015 г.) приходится на Центральный федеральный округ, причем 14,4 % – на Московскую агломерацию (рис. 3).

Аналогичные результаты получены после анализа количества занятых. В 2014 г. на Московскую агломерацию приходилось 15 % занятых (табл. 2). Отметим, что в регионах наблюдается

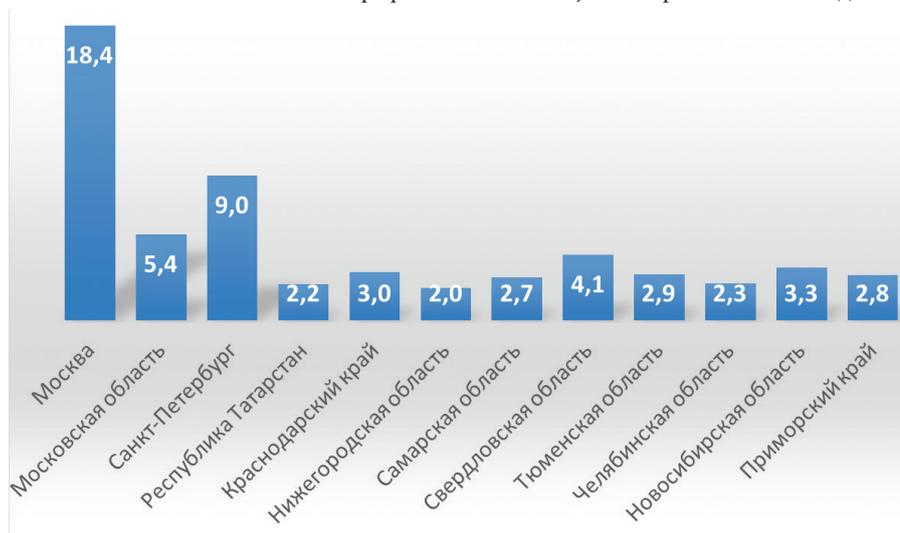


Рис. 4. Доля транспортных организаций и предприятий в основных регионах России в 2014 г., %

разнонаправленная динамика показателей. В Москве в период 2010–2014 гг. занятость повысилась, а в Московской области снизилась. В рейтинг крупнейших регионов по уровню занятости вошли три региона. В Свердловской области в принятой стратегии социально-экономического развития к важнейшим целям относят формирование транспортно-логистического хаба, ориентированного на экспорт транспортных услуг. Это свидетельствует о признании значения логистики для развития данного региона.

Важный показатель потенциала формирования транслогистической платформы – количество компаний, которые могут участвовать в сетевой кооперации. На регион РФ в среднем приходится 1,14 % общего количества транспортных организаций. Среди регионов по количеству транспортных организаций лидирует Москва с долей в 2014 г. 18,4 %. У Санкт-Петербурга, занимающего второе место, доля почти в два раза меньше (рис. 4).

К сожалению, данных официальной статистики недостаточно, чтобы оценить уровень концентрации отдельно на рынке транспортных услуг и на рынке связи. На основе оборота транспортных компаний и компаний связи рассчитанный индекс Херфиндала – Хиршмана (2336) характеризует рынок в 2013 г. как высококонцентрированный. Большая часть оборота транспортных компаний приходится на три региона: Москву (46 %), Санкт-Петербург (10 %) и Тюменскую область (8 %). Чтобы точнее оценить потенциал формирования транслогистической платформы, необходимо провести расширенное исследование с учетом характеристик отдельных компаний и их показателей.

Если дополнить анализ данными по развитию розничной и оптовой торговли в регионах РФ, то список регионов с наиболее высоким потенциалом мало изменится. Первое место по обороту розничной торговли на душу населения занимает Москва, второе и третье место – Свердловская и Тюменская области, соответственно.

Распределение оборота оптовой торговли по регионам РФ весьма неравномерно. Так, 53,7 % оборота оптовой торговли приходится на регионы Центрального федерального округа, в том числе на Москву 39,3 % (динамика устойчивая) и на Московскую область 6,9 % (снижение характерно для всего

Таблица 2. Занятость в ведущих регионах России

Регион	Доля, % к количеству занятых по РФ					Темп роста, % к предыдущему году				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Московская область	5,5	5,5	5,4	5,3	5,3	102,8	101,6	99,5	98,4	99,8
г. Москва	9,0	9,2	9,4	9,5	9,8	102,0	103,6	103,0	100,3	103,3
г. Санкт-Петербург	3,9	4,0	4,0	3,9	4,0	100,1	102,5	102,2	98,0	101,4
Краснодарский край	3,5	3,4	3,5	3,4	3,4	99,2	100,2	102,2	98,9	100,2
Республика Башкортостан	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	98,8	103,4	99,8	97,6	100,1
Республика Татарстан	2,7	2,7	2,7	2,7	2,8	104,2	102,1	101,4	99,8	100,7
Нижегородская область	2,3	2,3	2,4	2,4	2,4	97,9	101,0	103,8	99,0	99,9
Самарская область	2,4	2,3	2,4	2,4	2,4	100,0	100,5	101,5	100,2	100,8
Свердловская область	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	98,9	101,4	100,9	100,6	98,5
Тюменская область	2,5	2,5	2,6	2,6	2,6	99,9	102,4	102,1	99,2	101,3
Челябинская область	2,5	2,5	2,5	2,5	2,4	101,5	101,6	100,1	100,2	98,9

Примечание. Данные получены авторами после расчета на основе [13].

анализируемого периода с 2010 г.). Причина неравномерного распределения оборота оптовой торговли в том, что в указанном регионе находятся основные транспортно-логистические центры (в частности, склады) оптовых компаний.

По количеству торговых площадей на душу населения первое место в 2014 г. занимала Самара. До 2014 г. эта позиция принадлежала Санкт-Петербургу (в 2014 г. — второе место). На третьем месте находится Екатеринбург, затем Москва и Ростов-на-Дону.

Выделенные города почти достигли точки насыщения потребностей в количестве торговых площадей. В дальнейшем развитие будет происходить за счет движения торговых сетей в регионы и в города с высоким уровнем социально-экономического развития и транспортной доступности, т. е. с помощью международных коридоров развития. Об этом свидетельствуют темпы развития оптовой торговли. Дальневосточный федеральный округ в 2014 г. занял первое место по темпам прироста оборота оптовой торговли (17,9 %).

Исследование на основе анализа нескольких ключевых показателей показало возможность для развития транслогистической платформы в регионах, характеризующихся большой емкостью рынка и высоким уровнем транспортной доступности. Это необходимо для участия в международной торговле и в развитии международных транспортных коридоров.

Таким образом, представляется, что основные условия для формирования

транслогистической платформы в регионах России следующие:

- 1) стратегическое географическое расположение региона;
- 2) плотная, эффективная транспортная сеть;
- 3) проактивная политика по вопросам логистики на различных уровнях государственных органов власти (региональное правительство, местные органы власти и т. д.), чтобы привлечь реальных и потенциальных инвесторов;
- 4) наличие конкурентной инфраструктуры: автомагистралей, а также железнодорожной сети, соединяющей крупные города региона;
- 5) развитие мультимодального логистического сервиса с высоким уровнем качества;
- 6) разработка комбинированных перевозок для обеспечения устойчивого развития региона;
- 7) обеспечение финансовыми ресурсами, земельными участками, системой образования и повышения квалификации.

Литература

1. Cambra-Fierro J., Ruiz-Benitez R. Advantages of intermodal logistics platforms: insights from a Spanish platform, Supply Chain Management // Int. J. 2009. Vol. 14, № 6. P. 418–421.
2. Aldin N., Stahre F. Electronic commerce, marketing channels and logistics platforms – a wholesaler perspective // Eur. J. Oper. Res. 2003. Vol. 144, № 2. P. 270–279.
3. Leal E., Salas G. Logistics Platforms:

conceptual elements and the role of the public sector // United Nations ECLAC Bull. 2009. 1–9.

4. Váncza J., Egri P., Karnok D. Planning concert: A logistics platform for production networks // Int. J. Comput. Integr. Manuf. 2010. Vol. 23, № 4. P. 297–307.
5. Abrahamsson M., Aldin N., Stahre F. Logistics platforms for improved strategic flexibility // Int. J. Logist. Res. Appl. 2003. Vol. 6, № 3. P. 85–106.
6. Иванов Д. А. Логистика. Стратегическая кооперация. М.: Вершина, 2006. 35 с.
7. Карнаухов С. Б. Управление логистической инфраструктурой в России // Финансовая жизнь. 2012. № 4. С. 48–54.
8. Дунаев О. Н., Нестерова Д. В. Транслогистическая платформа в развитии Евроазиатских авиатранспортных связей // Транспорт РФ. 2015. № 6 (61). С. 20–25.
9. The European Logistics Platforms Association. URL: <http://www.europlatforms.eu>.
10. National Transport and Logistics Information Platform in China. URL: www.Logink.org.
11. Neutral Logistics Information Platform (NLIP). URL: www.nlip.org.
12. Sistema Nacional de Plataformas Logísticas (SNPL), SCT, SE and IDB. URL: http://logisticsportal.iadb.org/sites/default/files/presentacion_sistema_nacional_de_plataformas_logisticas.pdf.
13. Регионы России. Социально-экономические показатели, 2015. URL: <http://www.gks.ru>.