

УДК 658.7

А.Ю. Тюрин, профессор, д-р экон. наук
(КузГТУ, г. Кемерово)
Tyurin A.Yu., professor, D.Sc. (Economy)
(KuzSTU, Kemerovo)

ЭКСПЛУАТАЦИЯ АВТОТРАНСПОРТА В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

TRANSPORT OPERATION IN THE LOGISTIC SYSTEM OF THE FOOD INDUSTRY AT THE REGIONAL LEVEL

В статье рассматриваются особенности транспортировки продукции в отраслях пищевой промышленности на региональном уровне. Предлагается двухстадийная система доставки продукции потребителям на основе анализа спроса на продукцию.

The article discusses the features of transport products in the food industry at the regional level. Proposed two-stage delivery system products to consumers based on the analysis of demand for the products.

Пищевая промышленность представляет собой сложный многоуровневый комплекс, элементы которого объединяются разветвленной системой связей. Особенностью пищевой промышленности является необходимость пропорционального развития отдельных ее элементов. Одной из главных особенностей предприятий – лидеров пищевой промышленности является активная работа в сфере обращения, широкое развитие сети фирменной торговли. Для обеспечения эффективности работы, увеличения объемов производства основных видов продукции предприятиям пищевой промышленности необходимо предпринимать меры по укреплению сырьевой базы, разработать грамотную маркетинговую политику, усовершенствовать технологию производства.

Поэтому дальнейшее развитие получают те предприятия, которые будут реструктуризированы и войдут в состав крупных отраслевых холдингов. На рынке пищевых продуктов уже существуют холдинговые компании, имеющие горизонтальную и вертикальную интеграцию.

При горизонтальной интеграции холдинговые компании могут создаваться посредством последовательного присоединения или получения контроля над компаниями, которые объединены одним видом бизнеса. Основная цель таких холдингов – завоевание новых секторов рынка.

При вертикальной интеграции происходит объединение предприятий единого технологического цикла (от сырья до готовой продукции). Глав-

ной целью такого объединения является снижение общих издержек, достижение ценовой стабильности.

В холдинговых компаниях при удаленности предприятий друг от друга на расстоянии до 500 км может существовать обмен готовой продукцией, когда продукция, произведенная на предприятии А поставляется на рынок, в зоне которого находится предприятие Б, а на рынок А поставляется продукция другими предприятиями, в том числе и предприятием Б [1, 2, 3]. Следовательно, помимо внутреннего транспортного обслуживания, когда производится доставка продукции потребителям на относительно небольшие расстояния в городской черте, осуществляется внешнее транспортное обслуживание между предприятиями холдинга по междугородным маршрутам [4].

Традиционно считалось, что организация перевозок грузов по междугородным линиям между предприятиями А, Б и В должна осуществляться по маятниковой схеме. Применение принципов логистики и интеграция предприятий позволит выполнить доставку продукции по развозочно-сборным маршрутам с учетом всех ограничений и требований, предъявляемых при поставке товаров потребителям.

Одним из методов, с помощью которого происходит сокращение транспортных расходов, уровня запасов готовой продукции на предприятиях, является способ отдельной поставки товаров получателям [5]. Применение этого способа позволяет, во-первых, организовать несколько рейсов одному потребителю за счет дробления партии поставки, улучшить загрузку подвижного состава и, как следствие, сократить транспортные издержки и снизить средний уровень запасов у потребителей за счет частных и мелких поставок заказанной продукции. Использование частых поставок позволяет быстро реагировать на изменяющийся спрос, снижать уровни запасов как у производителя, так и у потребителей, приводящие к уменьшению продолжительности операционного и финансового циклов [6].

В случае отсутствия холдинговой структуры управления для предприятий пищевой промышленности также определяются рынки сбыта продукции на основе анализа спроса и особенностей доставляемой продукции.

Распределение продукции будет эффективным только тогда, когда предприятие будет точно знать своих непосредственных и потенциально возможных клиентов, а также их основные требования к продукции и условиям ее поставки. Это возможно посредством маркетингового исследования рынка и его сегментированием, перед которым необходимо определение размеров зон потенциального сбыта продукции. Определение зон потенциального сбыта продукции целесообразно в случае отсутствия точной информации о количестве и местах расположения потенциальных потребителей продукции. При проектировании системы распределения продукции следует стремиться к обеспечению минимальных затрат на выполнение логистических функций и операций [7].

Зоны сбыта продукции могут охватывать значительные территории, в связи с чем возможна дополнительная группировка потребителей на малые зоны обслуживания с целью выполнимости маршрутов перевозок по различным критериям и с учетом всех ограничений. Пример конфигурации зон обслуживания представлен на рисунке.

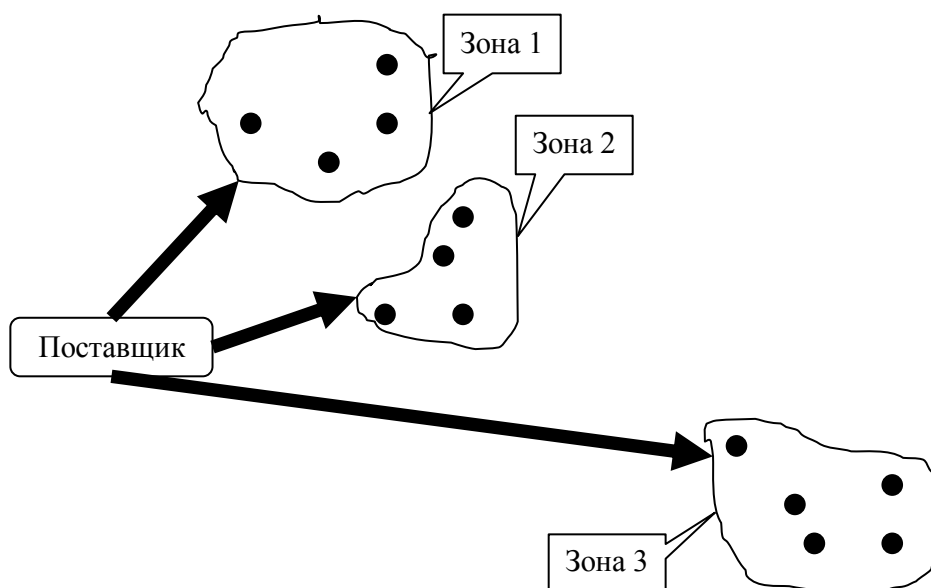


Рисунок - Зоны обслуживания потребителей

Анализ различных товаров пищевой промышленности показывает, что основными их характеристиками являются срок годности, тип используемой тары, температурный режим, размер отправки и удельная цена товара, влияющих на выбор подвижного состава, схемы и способа транспортировки в цепях поставок. При этом особую роль здесь играют срок годности и температурный режим доставки [8].

Например, для товаров небольшого срока годности характерны высокий уровень согласования транспортного и производственного циклов, высокая частота поставок продукции, низкие уровни запасов готовой продукции, сбыт товаров чаще всего без посредников и т.д. При этом могут расти транспортные расходы в связи с мелкопартионностью поставки и частыми завозами грузов потребителям. Поэтому своевременность транспортировки, роль транспорта и оптимизация маршрутов доставки продукции в таких системах влияют на эффективность функционирования цепей поставок в целом.

Напротив, для товаров длительного срока годности допускается использование различных посредников в цепях поставок, транспортные связи разбиваются на сегменты, обособляются, в связи с чем управление транспортировкой в таких системах должно определяться принципами взаимодействия участников цепей поставок, сокращением запасов в звень-

ях системы доставки и минимизацией затрат на продвижение материального потока к потребителю.

Выводы

В связи с рассмотренными выше особенностями улучшение функционирования транспортно-логистических систем пищевой промышленности возможно при использовании следующего алгоритма:

1. Выявление основных характеристик продукции, влияющих на режим транспортировки (срок годности, температурный режим, размер партии отправки и т.д.).

2. Выявление ассортимента выпускаемой продукции, определение вариантов совместимости при транспортировке, выбор надежной тары и упаковки.

3. Определение структуры спроса, анализ его динамики, установление сезонных изменений, согласование спроса с производством.

4. Выбор подвижного состава, определение критических расстояний перевозок грузов, формирование зон обслуживания потребителей, определение периодичности завоза продукции, уточнение дополнительных условий и ограничений на поставку товаров, разработка маршрутов перевозок.

5. Координация действий между поставщиками, потребителями и предприятиями пищевой промышленности с целью снижения логистических издержек, среднего уровня запасов в звеньях системы, сокращения продолжительности производственного и финансового циклов и т.д.

Список литературы

1. Тюрин А.Ю. Управление транспортировкой в цепях поставок пищевой промышленности: Монография. – М.: Креативная экономика, 2011. – 280 с.

2. Тюрин А.Ю. Транспортно-логистическое обслуживание цепей поставок пищевой промышленности: дис. ... докт. экон. наук. – Ростов-на-Дону: РГСУ, 2013. – 340 с.

3. Тюрин А.Ю. Транспортно-логистическое обслуживание цепей поставок пищевой промышленности: автореф. дис. ... докт. экон. наук. – Ростов-на-Дону: РГСУ, 2013. – 45 с.

4. Тюрин А.Ю. Проблемы регионального транспортного обслуживания предприятий пищевой промышленности // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 28. – С. 61-68.

5. Dror M., Trudeau P. Savings by split delivery routing // Trans. Sci. – 1989. – 23. – P. 141-145.

6. Тюрин А.Ю. Скорость поставок и оборот капитала // Российское предпринимательство. – 2010. - № 1 (выпуск 2). – С. 69-75.

7. Тюрин, А.Ю. Определение размеров зон сбыта продукции с учетом технологических и экономических факторов // Вестн. Кузбас. гос. техн. ун-та. – 2009. – №4. – С.129-131.

8. Тюрин А.Ю. Особенности выбора схем транспортировки продукции предприятий пищевой промышленности с различными сроками годности // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2010. – № 1. – С. 136-139.