

1. Заключительное слово Президента Республики Казахстан Назарбаева Н. А. на 25-м заседании Совета иностранных инвесторов. 22.05.2012 г. //www.akorda.kz.
2. Назарбаев, Н. А. Долгосрочная стратегия развития Казахстана «Казахстан – 2030» //http://www.akorda.kz.
3. Бекмагамбетов, М. М. Пути повышения и эффективного использования транзитно-транспортного потенциала Казахстана / М. М. Бекмагамбетов. – Алматы, 2009. 20 с.
4. Рахматулина Г. Г. Перспективы развития транзитного потенциала Казахстана / Г. Г. Рахматулина // Стратегии развития. 2012. – № 4. – 45 с.
5. Саттаров, Р. С. Возможности создания транспортного кластера в Омском регионе для управления цепями поставок / Р. С. Саттаров, Г. Г. Левкин, И. В. Ларина // Инновационная экономика и общество. – №1 (3). Омск: Омский государственный университет путей сообщения, 2014. – С. 43 – 48.
6. Пресс-служба НМСК «КМТФ» URL: <http://www.customsunion.ru/orgprint/239.html>
7. Актуальные новости. URL: [www.tengrinews.kz](http://www.tengrinews.kz)
8. Сайт города Актау. URL: [www.aktau-business.com](http://www.aktau-business.com)

УДК 658.86

Левкин Г.Г., Мугак Т.А., Гнатко С.Б.

### УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ РИСКАМИ ПРИ ТРАНСПОРТИРОВКЕ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ.

*В статье обозначены этапы товародвижения парфюмерно-косметической продукции от оптового склада до торговой сети. Представлен список логистических рисков, возникающих в процессе продвижения материального потока в сети распределения. Рассмотрены методы предотвращения и снижения уровня рисков для минимизации логистических затрат и издержек на различных стадиях транспортировки груза. В результате обобщения изложенного материала авторами был сделан вывод об оптимальном методе снижения логистических потерь в распределительной сети парфюмерно-косметической продукции.*

Современная экономическая ситуация на рынке парфюмерно-косметической продукции предполагает широкий ассортимент товаров. Парфюмерные товары поступают на российский рынок из зарубежных стран, а также стран бывшего Советского Союза. На сегодняшний день рынок парфюмерии составляет приблизительно 20% от общего российского парфюмерно-косметического рынка, что позволяет считать его одним из перспективных направлений развития товарообращения.

При доставке парфюмерно-косметической продукции в торговые сети как поставщики, так и получатели данного вида товара сталкиваются в своей деятельности с проблемами, основанными на организации товародвижения и на управлении им. Проблемы, которые возникают при доставке косметических товаров, напрямую связаны с рисками логистического менеджмента: принятием ошибочных решений и операционными рисками – рисками убытка, которые относятся к выполнению бизнес-процессов [3].

Цель исследования – изучить логистические риски, возникающие в товародвижении парфюмерно-косметической продукции.

Задачи исследования:

охарактеризовать этапы товародвижения парфюмерно-косметической продукции;  
идентифицировать логистические риски, возникающие на каждом этапе товародвижения парфюмерно-косметической продукции;

определить методы предотвращения или снижения уровня логистических рисков на каждом этапе товародвижения парфюмерно-косметической продукции.

Парфюмерно-косметическая продукция обладает специфическими физико-химическими свойствами, которые при доставке могут повлиять на качество перевозимого товара, что, в свою очередь, может привести к образованию ряда проблем. Во избежание возникновения критических проблемных ситуаций необходима правильная организация товародвижения.

Товародвижение парфюмерно-косметической продукции в большей степени осуществляется по косвенным каналам распределения, централизованным завозом, т.е. товары доставляются в торговые сети поставщиками по заявкам оптово-розничных торговых сетей.

При доставке парфюмерной продукции в торговые сети выбирается наиболее рациональный способ передвижения товаров с использованием подходящих по всем параметрам транспортных средств [1, 10].

Парфюмерно-косметическая продукция в России начинает свое движение с центрального или оптового склада, и прежде чем попасть в торговую сеть, она проходит по основным этапам товародвижения.

С.И. Подольная в своей работе описывает особенности организации этапов товародвижения. Автор отмечает, что основными этапами товародвижения являются: хранение товаров; проведение складских операций; отгрузка товарных партий; транспортировка; приемка товара по количеству и качеству [4].

В экономическом словаре в качестве этапов товародвижения выделяют: погрузку/разгрузку; хранение; формирование ассортимента; фасовку; сортировку (маркировку); подготовку к продаже. Можно проследить, что этапы товародвижения основаны на характере организации цепи поставок или каналов распределения [8].

Анализ двух предложенных схем позволяет определить этапы товародвижения парфюмерно-косметической продукции.

Этап 1. Хранение товара на центральном/оптовом/производственном складе.

Этап 2. Формирование ассортимента товара, фасовка, сортировка.

Этап 3. Упаковка товара в транспортную тару.

Этап 4. Погрузка транспортной тары в транспортное средство.

Этап 5. Транспортировка.

Этап 6. Разгрузка транспортных средств на месте прибытия.

Этап 7. Приемка товара.

На каждом этапе товародвижения при доставке парфюмерно-косметической продукции необходимо выполнять ряд обязательств перед партнерами для обеспечения эффективности функционирования цепи поставок. Отсутствие координации в цепи поставок приводит к возникновению логистических рисков.

Анализ цепей поставок парфюмерно-косметической продукции позволил сформулировать проблемы, возникающие на этапах товародвижения, а именно (рисунок 1):

1. На этапе хранения товарных партий – контроль за поддержанием температурного режима и влажности.

Парфюмерно-косметическая продукция в силу своих физико-химических свойств требует специфических требований по организации хранения, а именно: товары не должны подвергаться непосредственному воздействию солнечных лучей, высоких или низких температур. При несоблюдении заданного температурного режима парфюмерная продукция теряет свои качественные характеристики, что может привести к отказу заказчика от заказанного и поставленного товара [6, 7].

2. На этапе формирования ассортимента товара, фасовки, сортировки и маркировки могут возникать риски утери товара в результате неправильной или неполной маркировки [6];

3. Этап упаковки товара в транспортную тару характеризуется рядом проблем, возникающих при выборе транспортной тары для транспортировки.

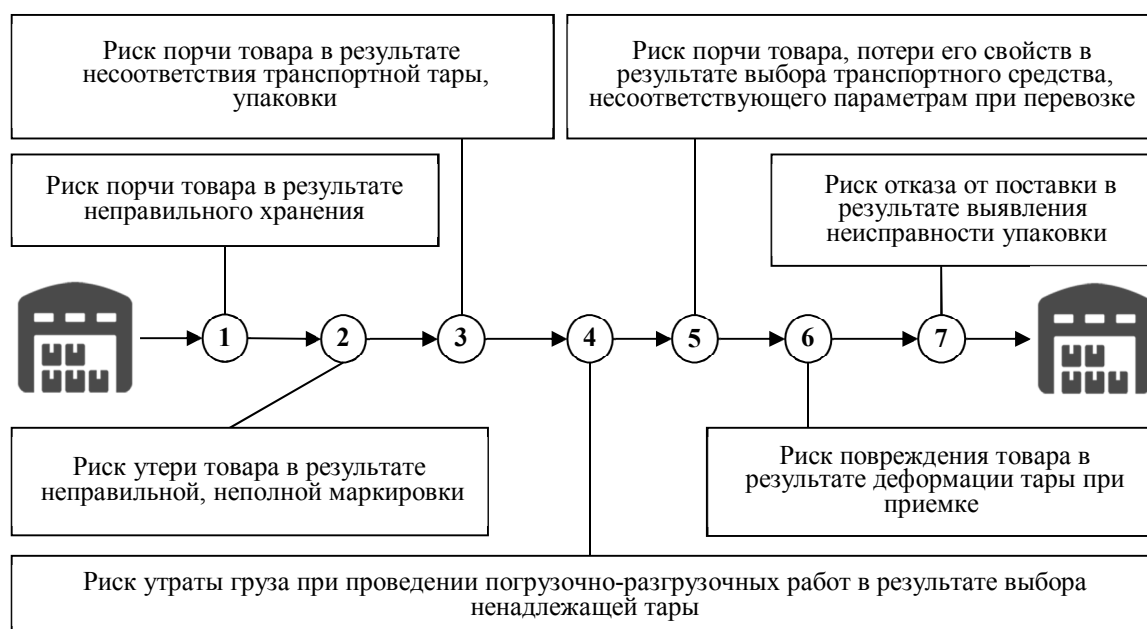


Рисунок 1 – Логистические риски в системе распределения парфюмерно-косметической продукции

Упаковка любого товара, а особенно парфюмерной продукции, является неотъемлемым элементом в организации качественной доставки. Например, для организации транспортировки флаконов с духами и одеколонами необходимым условием выбора транспортной тары является надежная упаковка коробка из гофрированного картона со специальными прокладками и вставками, способными максимально обеспечить сохранность товара в процессе транспортировки.

В особую группу риска порчи товара в результате неправильного выбора транспортной тары относят прессованные товары из порошка, изделия декоративной и компактной косметики.

В настоящее время отсутствие стандартной тары для перевозки парфюмерно-косметических товаров является большой проблемой как для транспортных компаний, занимающимися подобными перевозками, так и для отправителей и получателей данного товара [7].

4. Этап выбора транспортной тары при организации товародвижения напрямую влияет на проведение погрузочных работ. Риск при выборе неправильной, ненадлежащей транспортной тары для перевозки косметической продукции влечет за собой возникновение риска утраты груза в результате погрузки вследствие возможного повреждения товара (вмятины, боя, россыпи) [10].

5. На этапе транспортировки парфюмерно-косметической продукции следует учитывать не только особенности маршрута доставки груза, но и физико-химические свойства товара при выборе вида транспорта.

Так, при доставке парфюмерно-косметической продукции в транспортном средстве необходимо постоянное поддержание температурного режима не менее +7 и не более +10 градусов Цельсия. Несоблюдение требований температурного режима в холодное или жаркое время года может отрицательно отразиться на свойствах парфюмерно-косметических средств. Условия поддержания температурного режима связаны с тем, что в состав парфюмерно-косметической продукции входят биологически активные компоненты, которые обеспечивают требуемый эффект при использовании товара по назначению, а также спирт и иные опасные вещества. Транспортировку эфирных масел, спреев, духов, содержащих в своем составе спирт, метил эвгенол, необходимо осуществлять с особой осторожностью.

При несоблюдении представленных требований возникает риск порчи товара, потери его свойств, что может привести к отказу заказчика от предоставленного продукта.

Также на этапе транспортировки возникает риск утраты товара в результате хищения [6, 10].

6. На этапе разгрузки товара (как и на этапе погрузки) следует учитывать свойства транспортной тары. В группу рисков, возникающих на представленном этапе товародвижения, попадает деформация тары, что может привести к повреждению или деформации товара [10].

7. На заключительном этапе товародвижения – приемке – осуществляется проверка на исправность и правильность упаковки. Например, оптовые базы при приемке парфюмерной продукции производят вскрытие 15 – 20% транспортной упаковки с целью проверки качества и сохранности груза. Приемка парфюмерных товаров по качеству внутри исправной упаковки производится непосредственно на складе либо в самом магазине конечного получателя. При этом производится осмотр не менее 3% изделий поступившей партии.

При несоответствии количества и качества товара возникает такой риск, как отказ от поставки, что, в свою очередь, ведет к финансовым потерям отправителя представленной продукции [5].

Рассмотрев основные риски, которые могут возникнуть на каждом из этапов товародвижения, следует отметить, что на практике существуют нормы естественной убыли парфюмерно-косметической продукции.

В зависимости от вида потребительской тары, нормы потерь бывают следующие.

1. Нормы потерь парфюмерно-косметических товаров при транспортировке в зависимости от вида потребительской тары.

1.1 Для предприятий оптовой торговли, осуществляющих приемку поступившего товара на «слышимый», «видимый» бой.

1.1.1 Получающих товары отечественного производства от изготовителей, расположенных в одном городе: стеклянная тара – 0,01.

1.1.2 Получающих товары отечественного производства, изготовленные за пределами данного города и импортные:

а) европейская часть РФ: стеклянная тара – 0,05; металлическая тара – 0,01; пластмассовая тара – 0,05; бумажная тара – 0,0005;

б) республики Средней Азии и Закавказья: стеклянная тара – 0,07; металлическая тара – 0,01; пластмассовая тара – 0,07; бумажная тара – 0,0005;

в) районы Сибири, Дальнего Востока и Казахстана: стеклянная тара – 0,10; металлическая тара – 0,01; пластмассовая тара – 0,10; бумажная тара – 0,0005.

1.2 Для предприятий розничной торговли, осуществляющих стопроцентную поштучную приемку товара:

1.2.1 Получающих со складов оптовых баз товары отечественного производства, изготовленные в данном городе:

а) европейская часть РФ: стеклянная тара – 0,08;

б) республики Средней Азии и Закавказья: стеклянная тара – 0,10;

в) районы Сибири, Дальнего Востока и Казахстана: стеклянная тара – 0,12.

1.2.2 Получающих со складов оптовых баз товары отечественного производства, изготовленные за пределами данного города и импортные;

а) для европейской части РФ средняя норма потерь – 0,12: стеклянная тара – 0,18; металлическая тара – 0,07; пластмассовая тара – 0,1; бумажная тара – 0,02;

б) для республик Средней Азии и Закавказья средняя норма потерь – 0,14: стеклянная тара – 0,22; металлическая тара – 0,7; пластмассовая тара – 0,12; бумажная тара – 0,02;

в) для районов Сибири, Дальнего Востока и Казахстана средняя норма потерь – 0,16: стеклянная тара – 0,25; металлическая тара – 0,07; пластмассовая тара – 0,15; бумажная тара – 0,02.

2. Нормы потерь парфюмерно-косметической продукции при хранении и реализации.

2.1 На складах оптовых баз, в процентах от суммы стоимости отпущенного распакованного и поштучно проверенного товара в стеклянной потребительской таре, норма потерь составляет 0,001;

2.3 На предприятиях розничной торговли, в процентах от суммы реализованного товара во всех видах потребительской тары:

а) европейская часть РФ – 0,01;

б) республики Средней Азии и Закавказья – 0,012;

в) районы Сибири, Дальнего Востока и Казахстана – 0,015.

Представленные нормы установлены с учетом дальности перевозок и климатических условий [1].

По рассмотрении основных стадий товародвижения парфюмерно-косметической продукции возникает вопрос: каким образом компаниям, занимающимся организацией доставки представленного товара, избежать подобных потерь. Для этого организациям необходимо применять методы предотвращения и снижения уровня рисков для минимизации логистических затрат и издержек на различных стадиях транспортировки груза.

К методам управления логистических рисков можно отнести.

1. Страхование – это вид отношений по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий). В данном случае риск переносится на третье лицо.

2. Диссипация – гибкий инструмент, один из методов которого заключается в распределении общего риска путем объединения (с разной степенью интеграции) с другими участниками, заинтересованными в успехе общего дела.

3. Диверсификация закупок – предполагает взаимодействие со многими поставщиками, позволяя ослабить зависимость предприятия от его «окружения». Так, при нарушении контрагентом графика поставок по самым разным, в том числе и по объективным причинам (аварии, банкротство, форс-мажорные обстоятельства и т.п.), предприятие сможет безболезненно переключиться на работу с другим поставщиком.

4. Передача риска – решение о снижении риска путем привлечения третьей стороны, которая возьмет на себя весь этот риск, например, передача на аутсорсинг определенных операций и связанных с ними рисков компании, предоставляющей услуги аутсорсинга;

5. Избегание риска – предполагает прекращение некоторых видов деятельности, связанных с риском, например, отказ от услуг конкретного поставщика из-за многократных случаев боя продукции во время транспортировки [9].

Рассматривая метод диверсификации закупок, можно утверждать то, что при взаимодействии со многими поставщиками предприятие-заказчик не исключает риски, связанные с повреждением товаров на этапе хранения, погрузки/выгрузки и транспортировки. Вероятность того, что каждый выбранный поставщик грамотно обращается с парфюмерно-косметическими товарами, не высока. В результате чего возникает риск порчи товаров при транспортировке в каждой поставке.

Избегание логистических рисков на каждом этапе товародвижения парфюмерно-косметической продукции подразумевает отказ от услуг конкретных транспортных и складских компаний. Однако «отказ» в этом случае будет означать «отсутствие» услуг по формированию ассортимента, хранению и транспортировке товара и т.д. Данная ситуация порождает риск срыва поставок, нарушения работы системы снабжения. Конечно, ненадежный поставщик должен быть исключен из логистической цепи, но прежде необходимо провести работу по поиску нового, и здесь уже ошибки должны быть исключены.

Обращаясь к методу передачи риска сторонней организации на аутсорсинг, компания руководствуется рисками, связанными с финансовой составляющей транспортировки и хранения товара. Предприятия применяют данный метод из-за отсутствия собственных складов, транспортных парков и т.д. Таким образом, предприятие стремится сократить издержки путём передачи конкретных видов деятельности сторонним организациям, благодаря чему исключаются некоторые финансовые риски. Однако риски, связанные с целостностью товаров, например, на этапе упаковки и транспортировки, по-прежнему остаются возможными и плохо контролируруемыми.

Универсальным и недорогим способом оптимизации рисков на всех этапах товародвижения парфюмерно-косметической продукции можно считать метод страхования груза. Страховать груз может владелец груза, перевозчик и экспедитор. Объектом страхования является имущественный интерес, связанный с возмещением убытков, понесенных владельцем груза, однако страхование распространяется только на грузы, подготовленные и упакованные в соответствии с нормами и стандартами перевозки. Страховая сумма определяется стоимостью груза в пункте отправления. При желании можно включить в страховой полис условие, согласно которому страховщик будет также покрывать расходы, связанные с перевозкой и хранением груза.

Так, на этапах формирования ассортимента товара, упаковки и выбора транспортной тары на оптовом складе, с возможным риском утраты груза в результате порчи (бой,

вмятины, россыпь), владелец груза может быть спокоен за финансовую составляющую. Номинальная стоимость ущерба может быть полностью возмещена.

Рассматривая прогрессивный метод рассеивания риска, а именно метод диссипации, следует отметить, что он включает в себя ряд инструментов, один из которых связан с распределением риска между стратегическими партнерами. В качестве партнеров могут выступать как другие предприятия, так и физические лица. При использовании метода могут создаваться акционерные общества, финансово-промышленные группы. Предприятия могут вступать в консорциумы, ассоциации, концерны. Объединение нескольких предприятий в одно либо в группу носит название интеграции. Выделяют четыре основных ее вида.

1. Вертикальная регрессивная (обратная) интеграция предполагает объединение с поставщиками.

2. Вертикальная прогрессивная (прямая) интеграция подразумевает объединение с посредниками, образующими дистрибьюторскую сеть по сбыту продукции предприятия.

3. Горизонтальная интеграция предполагает объединение с конкурентами; обычно такие ассоциации создаются с целью согласования ценовой политики, разграничения зон хозяйствования, каких-либо совместных действий.

4. Круговая интеграция – это объединение организаций, осуществляющих разные виды деятельности, для достижения совместных стратегических целей [2].

При рассмотрении рисков, связанных с товародвижением парфюмерно-косметической продукции, внимание акцентируется на видах вертикальной интеграции, где под контроль берётся весь путь груза. При совместной работе всех участников процесса транспортировки груза, объединённых общим интересом доставки товара заявленного количества и качества, в нужное время и место, риски минимизируются.

Таким образом, возникающие на различных этапах товародвижения парфюмерно-косметической продукции риски требуют особого контроля и внимания как со стороны отправителя, перевозчика, так и со стороны заказчика. Успех компаний, осуществляющих доставку парфюмерной продукции, зависит не только от финансового роста, но и от роста логистических услуг. Зачастую при осуществлении логистических операций компании сталкиваются с проблемами, решение которых сопровождается применением методик, способствующих минимизации или устранению логистических рисков, возникающих при хранении товара на складе, отгрузке/погрузке, транспортировке, приемке товарных партий.

Таким образом, при организации товародвижения парфюмерно-косметической продукции оптимальным методом снижения логистических затрат является страхование, а также диссипация рисков. Путем применения данных методик компаниям, организующим доставку (хранение) парфюмерно-косметической продукции, удастся повысить уровень логистического обслуживания.

#### *Список литературы*

1. Законы России. Нормы потерь парфюмерно-косметических товаров при транспортировании, хранении и реализации и порядке их применения (утв. Приказом МИНТОРГА СССР от 24.10.1984 № 265) / Режим доступа: [http://www.lawrussia.ru/texts/legal\\_832/doc832a728x930.htm](http://www.lawrussia.ru/texts/legal_832/doc832a728x930.htm) [электронный ресурс]

2. Иванов, В. Л. Методы снижения экономического риска / В. Л. Иванов // Управление проектами и развитие производства – №4. 2011. / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/metody-snizheniya-ekonomicheskogo-riska> [электронный ресурс]

3. Коряк, В. А. Взаимодействия дистрибьютора и поставщика при продвижении косметики / В. А. Коряк // Журнал «Российское предпринимательство». – № 21 (219). 2012 г.

С. 137 – 142 / Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/25665/> [электронный ресурс].

4. Подольная, С. И. Особенности организации и анализа процесса товародвижения в рамках подразделений крупных торговых сетей / С. И. Подольная // Молодой ученый. – №9. 2009. – С. 304 – 307 / Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/68/11585/> [электронный ресурс].

5. Информационно-правовой портал. Методы микробиологического контроля парфюмерно-косметической продукции. МУК 4.2.80199 / Режим доступа: <http://www.bestpravovo.ru/gossijskoje/kznormy/m7p.htm> [электронный ресурс].

6. СанПиН 1.2.681-97. Гигиенические требования к производству и безопасности парфюмерно-косметической продукции / Режим доступа: [http://standartgost.ru/g/СанПИН\\_1.2.681-97](http://standartgost.ru/g/СанПИН_1.2.681-97) [электронный ресурс].

7. Склад менеджмент / Режим доступа: <http://www.skladman.ru/page.php?id=179> [электронный ресурс].

8. Словарь Образование / Режим доступа: <http://edu.jobsmarket.ru/glossary/logistics/2529/>

9. Студенческая библиотека / Режим доступа: <http://studlib.com/content/view/2502/36/> [электронный ресурс].

10. Технический регламент таможенного союза о безопасности парфюмерно-косметической продукции / Режим доступа: [http://www.tsouz.ru/kts/kts31/documents/p\\_799\\_3.pdf](http://www.tsouz.ru/kts/kts31/documents/p_799_3.pdf) [электронный ресурс].

11. Левкин, Г. Г. Контроллинг и управление логистическими рисками: Учебное пособие / Г. Г. Левкин, Н. Б. Куршакова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 142 с.

УДК 338.47 / 629.331

Е. В. Севостьянова, А. А. Агафонова

## АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ И ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ РЫНКА АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК В РОССИИ.

*Рассмотрены показатели эксплуатации автомобильных дорог с твердым покрытием, грузо- и пассажирооборота в целом по России и по федеральным округам. В качестве проблем отрасли указаны следующие: недостаточность обновления дорожного покрытия и возрастной структуры автомобильного парка, снижение объемов лизинговых операций и повышение уровня цен на различные виды топлива. Рассмотрены проблемы снижения объема лизинговых операций по автотранспорту и повышения тарифов на основные виды топлива. Описаны неизбежные последствия снижения темпов развития рынка автомобильных перевозок.*

Грузовые и пассажирские перевозки в Российской Федерации относятся к сектору услуг. Наиболее динамично развивающейся частью данного сектора являются автомобильные перевозки. Они представляют собой «кровеносную» систему нашей страны, без которой невозможно существование ни одной из форм современного бизнеса. Снижение грузовых и пассажирских перевозок, сокращение пассажирооборота, низкие показатели обеспеченности транспортной сетью северных регионов, обновление автопарка при 90 % изношенности транспортных средств – все это влияет на ключевые показатели деятельности российских предприятий. Актуальность данной темы заключается не только в необходимости