

## ОСОБЕННОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СИСТЕМУ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ\*

*Аннотация:* В данной статье делается основной акцент на выявление особенностей функционирования пищевой промышленности и их рассмотрение в контексте влияния на систему обслуживания потребителей. Также выявляются основные элементы системы обслуживания потребителей, на которые эти особенности оказывают наибольшее влияние.

*Ключевые слова:* система управления, организация, система обслуживания, пищевая промышленность, управление заказом.

В последние годы современные логистические концепции с успехом применяются ведущими российскими промышленными предприятиями в стратегическом и оперативном управлении. Причем внедрение современного логистического управления позволяет повысить организационно-экономическую устойчивость компании на рынке.

По мнению авторов книги «Современная логистика» Джонсона Дж., Дональда Вуда: «... цель логистики состоит в координации физического распределения и менеджмента материалов для экономии затрат и повышения уровня обслуживания» [1]. В свою очередь, следует отметить, что обслуживание потребителей становится одним из основных средств формирования тесных интегрированных связей между производителями, конечными потребителями, торговыми, транспортными и другими посредниками. При этом достигается снижение степени неопределенности в процессе принятия решений продавцами и покупателями, что приводит к сокращению затрат, повышению стабильности деятельности и доходов всех участников движения материальных потоков.

Джон Шоул в своей книге «Первоклассный сервис как конкурентное преимущество» выделил следующие условия, которые, по его мнению, необходимы для получения конкурентного преимущества за счет улучшения системы обслуживания клиентов[4]:

1. Участие руководства. Это главная предпосылка для успеха программы повышения уровня обслуживания.

2. Достаточное финансирование.

3. Заметное улучшение качества обслуживания. Сервис улучшается настолько, что клиенты замечают это и, как следствие, считают, будто качество продукта (осязаемое или неосязаемое) также улучшилось. Обслуживание клиентов в компании должно стать заметно лучше, чем у конкурентов.

4. Обучение. Сотрудники тщательно обучаются тому, как реализовать стратегию сервиса, отвечающую конкретным нуждам и запросам ваших клиентов.

5. Отношения внутри компании. Разные подразделения помогают друг другу, а не тянут одеяло на себя.

6. Участие всех сотрудников.

Нельзя не согласиться с тем, что четко работающая система обслуживания потребителей является одним из основных преимуществ в конкурентной борьбе. Однако выстраивать эту систему необходимо с учетом специфики каждой отдельно взятой отрасли, именно это окажет влияние на набор элементов системы обслуживания потребителей и их приоритетность. Для того чтобы понять специфику работы пищевой промышленнос-

\* © Еремия Т.В.

ти необходимо обозначить её отличительные особенности, среди которых выделяются огромные масштабы производства, широкая номенклатура вырабатываемой продукции, высокий уровень внутриотраслевых и межотраслевых связей, расширение взаимодействия со смежными секторами экономики.

Предприятия пищевой промышленности существуют в условиях высокой конкуренции причем, как со стороны отечественных производителей, так и со стороны иностранных предприятий.

В целом охарактеризовать работу пищевой промышленности за 2008 год можно как устойчивый рост по основным направлениям производства. По сравнению с 2007 годом увеличилось производство мяса и субпродуктов I категории, колбасных изделий, мясных полуфабрикатов, масла животного, майонеза, кондитерских и макаронных изделий, консервов мясных, молочных, овощных и томатных, пищевых концентратов, минеральной воды и безалкогольных напитков, чая натурального фасованного, продуктов из картофеля и крахмала сухого, и другой продукции [2].

Динамичному наращиванию объемов производства важнейших видов продовольствия способствуют меры, принимаемые по улучшению качества и расширения ассортимента продукции, внедрению инновационных технологий, а также реализация Госпрограммы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 гг.

*Таблица 1*

**Основные показатели работы организации по производству пищевых продуктов, включая напитки и табак [2]**

	2006	2007	2008
Число действующих организаций на (конец года)	54032	53510	49973
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами, млрд руб.	1486	1729	2143
Индекс производства, в процентах к предыдущему году	106,6	107	106,1
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), млн руб.	64181	83453	102025
Рентабельность проданных товаров, продукции, услуг в процентах	7,9	8,8	9,3

Как видно из таблицы 1, за период с 2006 года по 2008 год количество организаций исследуемой отрасли сократилось на 4059, однако, несмотря на это, объем отгруженных товаров, показывает стабильный рост за рассматриваемый период. Также стабильный рост демонстрировал показатель рентабельности проданных товаров, который вырос на 1,5 % [2].

По данным Росстата, индекс производства пищевых продуктов, включая напитки, и табака по полному кругу организаций-производителей в последние месяцы т.г. снижался и в январе-ноябре 2008 года по сравнению с соответствующим периодом 2007 г. составил 101,7 %, в том числе мяса и мясопродуктов 105,7 %.

Перспективным направлением повышения устойчивости работы предприятий пищевой промышленности, оперативного решения вопросов обеспечения предприятий необходимым сырьем, другими материально-техническими ресурсами является концентрация и укрупнение производства путем создания интегрированных структур холдингового типа, объединяющих производство исходного сырья, его переработку и сбыт части готовой продукции через собственные торговые организации. В интегрированных промышленных группах сосредотачиваются основные инвестиционные ресурсы и научно-технический потенциал. Как показывает практика, эти интегрированные структуры позволяют в определенной степени сдерживать ценовой монополизм компаний сетевой торговли,

---

---

сокращая количество посредников в товаропроводящей цепи и делая пищевые продукты на продовольственном рынке более доступными для населения.

Важно и то, что объединение холдингов в крупные промышленные кластеры обеспечивает условия для укрепления отраслевого и территориального взаимодействия, специализацию производства и, в конечном счете, повышения конкурентоспособности производимой продукции.

Безусловно, что процесс создания промышленных холдингов положительно влияет на динамику отрасли в целом, тем более в условиях кризиса, однако это не является панацеей от всех проблем.

По результатам многочисленных исследований, к основным задачам, стоящим перед предприятиями пищевой промышленности можно отнести:

- диверсификация и изменение масштаба деятельности;
- реакция на изменения спроса;
- оптимизация издержек по всей логистической цепочке;
- повышение точности оперативного учета, управление по ключевым показателям деятельности;
- оперативное планирование, оптимизация оборотных средств;
- динамическое финансовое планирование и бюджетирование.

Опрос, проведенный среди ведущих менеджеров по продажам более ста промышленных и торговых компаний в пищевой промышленности США показал, что чаще всего клиенты сокращают объем сделок с поставщиками, которые не обеспечивают приемлемый уровень обслуживания. Почти пятая часть респондентов заявила, что они прекратили свои закупки у поставщиков, которые не обеспечивают достаточного уровня сервиса. Не стоит питать иллюзий, что в отечественной пищевой промышленности ситуация отличается. Поэтому производителям необходимо уделять внимание уровню обслуживания своих клиентов.

Необходимо учитывать, что пищевая промышленность – это отрасль на рынке, которой представлено много аналогичных взаимозаменяемых продуктов, в этом случае особое значение приобретают стандарты обслуживания. Кроме того, надежное обслуживание позволяет поддерживать более низкий уровень запасов в целом и особенно страховых, а более низкий уровень запасов, в свою очередь, требует меньших затрат.

По мнению Кристофера М. автора книги «Логистика и управление цепочками поставок: как сократить затраты и улучшить обслуживание потребителей» существуют определенные области, для которых наличие стандартов имеет исключительно большое значение:

- время выполнения заказа;
- доступность запасов;
- ограничения размера заказа;
- удобство размещения заказа;
- частота поставок;
- надежность поставок;
- качество документации;
- предъявление претензий;
- полнота выполнения заказа;
- техническая поддержка;
- информация о состоянии выполнения заказа.

Нужно также учитывать этап жизненного цикла товара. Товар только, что выпущенный на рынок, требует особого внимания и поддержки в обслуживании, чем товар, который находится на стадии зрелости или рыночного спада. Основные параметры об-

служивания потребителей в зависимости от стадии жизненного цикла, на которой находится товар, приведены в таблице 2.

Таблица 2.

**Основные параметры обслуживания потребителей в зависимости от стадии жизненного цикла продуктов предприятий пищевой промышленности.**

Стадии	Характеристика	Параметры
ВНЕДРЕНИЕ	Главной целью данной стадии является закрепление товара на рынке. Важно, чтобы товар был легко доступен. На данном этапе от логистики требуется гибкость	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обеспечение удобного способа комплектации заказа;</li> <li>• Обеспечение расширенного запаса готовой продукции;</li> <li>• Наличие достаточного количества пробных бесплатных образцов.</li> </ul>
РОСТ	Рынок принимает продукт и продажи становятся более предсказуемыми. В логистике акцент смещается в сторону соблюдения равновесия между сервисом и издержками. Уровень сервиса планируется таким образом, чтобы обеспечить потребности сегмента.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сокращение функционального цикла заказа;</li> <li>• Обеспечение максимальной доступности запасов.</li> <li>• Обеспечение удобного способа доставки.</li> </ul>
ЗРЕЛОСТЬ/НАСЫЩЕНИЕ	Данный этап характеризуется острой конкурентной борьбой со стороны товаров заменителей. Логистическая деятельность на данном этапе становится более изобретательной.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обеспечение скидок за объемы закупки;</li> <li>• Обеспечение скидок с транспортных тарифов за объемы грузоперевозки.</li> <li>• Обеспечение постоянных клиентов дополнительной бесплатной продукцией.</li> </ul>
УСТАРЕНИЕ/СПАД	С одной стороны здесь прибегают к распродаже остатков продукта, а с другой – ограничивают его текущее распределение. Логистика в этот период поддерживает бизнес таким образом, чтобы избежать чрезмерного риска в случае, если придется отказаться от продукта.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Минимизация издержек на содержание запасов;</li> <li>• Ускорение оборачиваемости запасов готовой продукции;</li> <li>• Минимизация ассортимента запасов готовой продукции.</li> </ul>

Одной из основных особенностей пищевой промышленности, является ограничение сроков годности продукции по сравнению с другими отраслями. Например, продукция птицеводческих комбинатов с момента производства хранится не более 14 дней, а для продукции металлургических предприятий этот срок составляет более 25 лет. Тем более что после истечения срока годности повторная переработка и использование продуктов пищевой промышленности невозможна. В этой ситуации важно создать такую систему распространения, которая максимально сократила бы сроки между производством и потреблением продукции.

С другой стороны, важно учитывать, что хранение ряда скоропортящихся товаров сопряжено с определенными температурными режимами, а значит важно наличие специально оборудованных складских помещений.

Многие торговые сети в качестве условия доставки таких товаров предъявляют наличие специально оборудованных транспортных средств.

В этой связи особую важность приобретает управление заказом, как элементом системы обслуживания потребителей.

Традиционно управление заказами определяется как деятельность, осуществляемая между моментом получения заказа до момента, когда на склад поступает уведомление о необходимости отгрузить товар.

Можно сказать, что в процессе управления заказом происходит обслуживание потребителя. Систему управления заказом можно условно разделить на несколько подсистем и для каждой из них обозначить параметры, которые будут характеризовать уровень сервиса.

*Подсистема приема и обработки заказов:*

Особенностью подсистемы приема и обработки заказа, является влияние человеческого фактора, т.к. именно в этой подсистеме происходит непосредственный контакт предприятия и потребителя и начинается формирование мнения о качестве обслуживания и сравнение предлагаемого уровня обслуживания с желаемым. К основным параметрам работы этой подсистемы можно отнести:

- быстрота приема и обработки заказов;
- безошибочность при приеме заказа;
- осуществление обратной связи с потребителем.

*Подсистема складирования и хранения:*

Основные параметры работы подсистемы:

- наличие оптимального уровня запасов – формировать оптимальный уровень запасов следует исходя из уровня спроса на товар, в связи с чем предприятию необходимо постоянно отслеживать этот показатель;
- доступность запасов, т.е. наличие запасов там, где они нужны. Что касается структурной особенности пищевой промышленности, то большинство предприятий ориентируются на сырьевые базы и во многих случаях их размещение возможно в ограниченном числе регионов. Такие предприятия обычно имеют разветвленную складскую структуру или прибегают к помощи сторонних организаций;
- быстрота формирования заказа;
- безошибочность при подборке заказа – несоблюдение точности подборки заказов: недостачи, пересортица и т.д. При большом количестве ошибок в набранных заказах компания несет значительные издержки на их исправление и теряет репутацию надежного поставщика. Высокий уровень сервиса способствует поддержанию лояльности существующих и привлечению новых клиентов, увеличению числа заказов, а, следовательно, и увеличению прибыли компании-дистрибьютора.

*Подсистема доставки товара:*

Данная система отвечает уже за непосредственную доставку товара до потребителя, в связи с этим можно выделить следующие параметры обслуживания потребителя:

- точность доставки товара;
- надежность доставки;
- доставка товара надлежащего качества.

Схематично рассмотренная модель изображена на рисунке 1.

Такое разделение на подсистемы при обслуживании клиентов позволит определить, какая из них дает сбой в работе и подкорректировать её действия. Особое внимание следует уделять обратной связи с потребителями. В пищевой промышленности, как и во многих других отраслях, этому не уделяется особого внимания. Обратная связь возникает чаще всего при недовольстве потребителя обслуживанием. Хотя для того, чтобы сократить количество таких негативных обращений необходимо проводить систематический мониторинг мнения потребителей о качестве обслуживания.

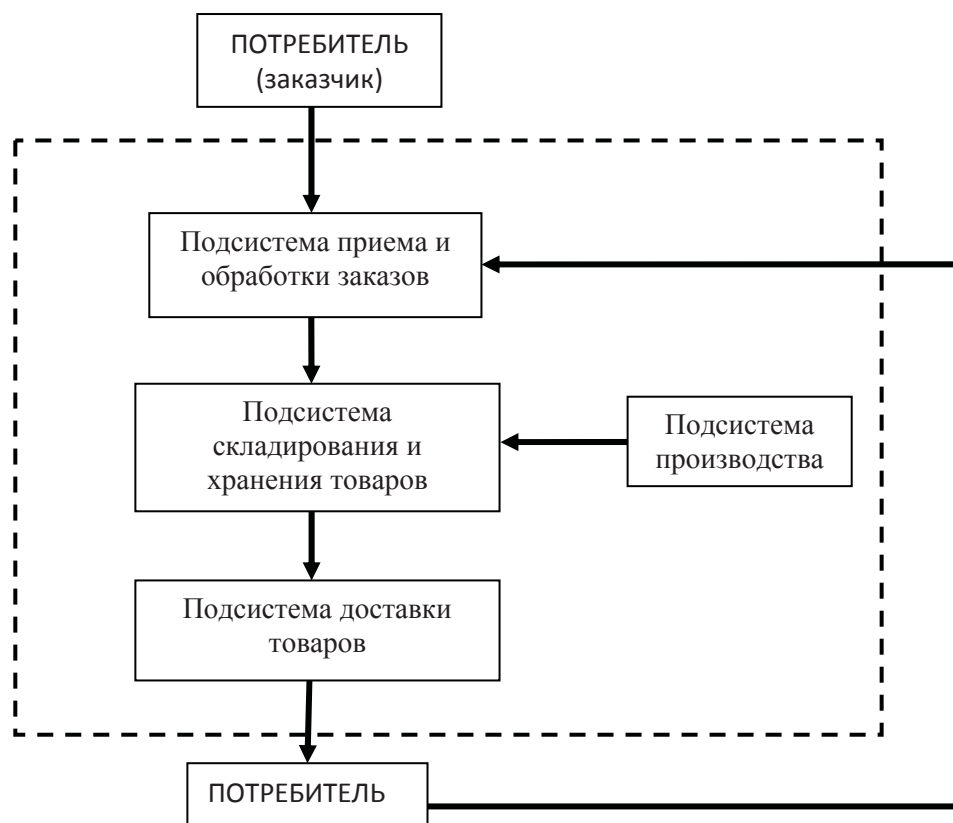


Рис. 1. Модель системы управления заказом в пищевой промышленности.

Такие мероприятия позволят установить ожидаемый уровень обслуживания, и соответственно максимально приблизить уровень предоставляемого сервиса к ожидаемому потребителем.

Для обеспечения работы всех подсистем необходимо, прежде всего, обеспечить бесперебойную работу каждой её составляющей.

Бесперебойная работа системы управления заказами, её постоянный мониторинг позволит укоротить цикл заказа, а значит повысить уровень обслуживания.

Итак, в качестве основных особенностей функционирования пищевой промышленности, оказывающих влияние на систему обслуживания потребителей, можно выделить следующие:

- высокий уровень конкуренции среди отечественных и зарубежных предприятий;
- широкая номенклатура вырабатываемой продукции;
- ограниченный срок хранения товаров;
- отсутствие возможности повторной переработки и использования товаров;
- необходимость учета стадии жизненного цикла товара;
- наличие на рынке большого спектра аналогичных взаимозаменяемых товаров;
- выявление тенденций к созданию интегрированных структур холдингового типа.

Таким образом, выявив основные особенности пищевой промышленности в рамках обслуживания потребителей, а также те области, которые эти особенности затрагивают, можно сформировать систему показателей характеризующих уровень обслуживания на предприятиях рассматриваемой отрасли.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Джонсон Джеймс, Вуд Дональд, Ф. Вордлоу и др. Современная логистика, 7-е издание: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 624 с.
2. Итоги работы предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности России за 2008 год/ Пищевая промышленность. № 2, 2009 г.
3. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и науч редакцией проф. В.И. Сергеева. М.: ИНФРА-М, 2005. 976 с.
4. Шоулз Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество Пер. с англ. М.: «Альпина Бизнес Букс», 2006.

T. Eremiya

FEATURES OF THE FOOD-PROCESSING INDUSTRY AND THEIR INFLUENCE ON SYSTEM OF SERVICE OF CONSUMERS

*Abstract:* In this article basic accent for the development of the special features of food industry and their examination in the context of influence on the system of field service is done. Also are revealed the elements of the system of field service, on whom these special features have the greatest effect.

*Key words:* administration system, organization, maintenance system, food industry, control of the order.