

Пономаренко Илья Андреевич

студент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный

университет экономики и сервиса»

г. Владивосток, Приморский край

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННОЙ КОМПАНИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

***Аннотация:** в данной статье представлены основные аспекты организации логистических процессов транспортно-экспедиторских компаний и способы улучшения их работы с целью повышения конкурентоспособности на региональном рынке логистических услуг.*

***Ключевые слова:** логистика, транспортная логистика, перевозка, груз, клиент 3PL, 4PL провайдеры, совершенствование, рынок логистических услуг.*

В современных условиях функционирование рыночной экономики невозможно без четко отлаженной логистической системы. Эффективная логистическая система позволяет минимизировать издержки предприятия, сократить сроки поставки продукции конечному потребителю, а также максимально адаптироваться к изменениям внешней среды [1]. Специалисты доказали, что от уровня организации и управления логистической системой предприятия зависит уровень его конкурентоспособности на рынке [4]. Актуальность данной проблемы определяется тем, что в целом логистическая деятельность в настоящее время находится в стадии развития, что привлекает внимание к необходимости ее исследования, выявления особенностей, определения основных проблем и перспектив.

Логистика охватывает все аспекты рыночных отношений. Она, как любая структура управляет материальными, информационными и прочими потоками, которые направлены на совершенствование и достижения целей в области эф-

фективного использования комплексных решений определенных задач для удовлетворения потребителей в транспортных услугах. В свою очередь транспортная логистика – это один из разделов логистики, занимающийся организацией доставки груза либо перемещения каких – либо материальных ценностей из одного пункта в другой по оптимально выбранному маршруту. Логистика в сфере грузоперевозок позволяет наилучшим образом оптимизировать все процессы по доставке грузов, доставить грузы как можно быстрее в назначенный пункт назначения и, кроме того, постараться минимизировать расходы по доставке и связанные с доставкой груза риски. Оптимизация расходов является главным принципом транспортной логистики. Достигается этот принцип за счет экономии, используя масштабы грузоперевозок, выбор наиболее оптимальных схем движения транспорта, быстрого и правильного оформления документации [2].

В современных условиях экономики перед предприятиями стоит задача устойчивого экономического роста, который может быть решен с помощью компетентного управления потоковыми процессами. Поэтому залогом успешной организации экспедиторской, логистической деятельности предприятия является внедрение в его работу концепции логистики и экспедирования различных грузов, логистических систем и методов их моделирования.

К основным принципам в организации логистического управления на предприятии можно отнести принцип маркетинга и логистики – приоритет потребления перед другими фазами воспроизводственного процесса. Актуальность этого принципа постоянно возрастает, так как любая фирма стремится к долгосрочному сотрудничеству с основными клиентами своих хозяйственных отношений – как с поставщиками материально-технических ресурсов, так и с покупателями товаров и услуг, а отсюда – к планированию стратегий своего развития. Логистическая система фирмы участвует своими стратегическими функциями в ориентации товародвижения фирмы на конечные результаты – подстройку поставок товаров фирмы под стратегические тенденции их платежеспособного спроса [3].

Другим источником разработки стратегических функций является предложение сервисных услуг, сопровождающих поставки товаров фирмы ее покупателям. Эти услуги в практике использования логистики определяются техническими показателями (параметрами) уровня обслуживания покупателей в рамках регламента работы предприятия на конкретном рынке [5]. Эти показатели с позиции логистики характеризуют продавца отдачу от логистики. Они включаются в договоры и заказы на поставку рыночного продукта фирмы покупателям.

Реализация этого принципа достигается целеполаганием движения потоков материально-технических ресурсов на подстройку к рыночному спросу, высоким качеством обслуживания покупателей, многочисленными разработками организационно – технических мероприятий по повышению эффективности управления технологическими потоками материально-технических ресурсов по всей цепи звеньев переработки их в товары и услуги фирмы. В целом, и это касается не только России, прогнозируя развитие сферы логистических услуг, специалисты констатируют усиление конкуренции и ускорения процесса консолидации логистического рынка [5]. Повышение требований к качеству работ, надежности подрядчиков, безопасности усилят тенденции к перераспределению спроса в пользу крупных, средних и узкоспециализированных компаний, а также станут причиной ухода с рынка неэффективных игроков. Повысится спрос на комплексные услуги, что приведет к объединению экспедиторов и складских операторов. Свои позиции укрепят логистические операторы, которые способны обеспечить системный подход к клиентам и организовать обслуживание на всей территории страны. Ключевым фактором роста отрасли логистики остается увеличение оборота розничной торговли, и конкретно – сетевой торговли [6].

Во всем мире услуги логистической компании подразделяются на три основных вида. Каждый вид основывается на разной степени интеграции логистических услуг с бизнесом основного клиента и от количества реализуемых функций и доступа к различным рынкам. Первая группа узкофункциональных логистических посредников. Такие посредники работают на рынке классических ло-

гистических услуг. Вторая группа 3PL-провайдеры – это фирмы, которые специализируются на комплексном логистическом сервисе, а именно (промышленном, торговом или сервисном). Третья группа 4PL-провайдеры – это фирмы логистических операторов полного цикла. Главным отличием этого типа компаний от 3PL-провайдера заключается в применение системного подхода к управлению всеми логистическими процессами своего клиента. Все эти принципы определяют направления повышения эффективности работы транспортно -экспедиционных компаний на региональных рынках логистических услуг.

Рассмотрим более подробно работу узкофункционального посредника на примере компании ООО «ИмпртЛайн». Компания является экспедиторской фирмой, предоставляющей своему клиенту широкий спектр услуг, таких как: доставка импортных контейнеров через порты Владивосток, Находка внутривортовое экспедирование, отправка по России железнодорожным транспортом, отслеживание движения контейнеров и т. д. Данная компания является узкофункциональным логистическим посредником, так как услуги компании направлены на помощь своему клиенту в доставке груза из точки А в точку Б с минимальными затратами, тем самым контролируя только одну из частей логистической цепочки. В современных условиях, когда экономики стран связаны в единые сети регионального и мирового производства, развитие эффективно работающих транспортных систем является необходимым условием дальнейшей взаимной интеграции национальных экономик. Компания ООО «ИмпортЛайн» активно вписывается в международные транспортные коридоры, однако на этом пути у неё возникают некоторые проблемы.

Если рассматривать в целом транспортные компании, представленные на рынке Приморского края и Дальнего Востока, то можно сделать вывод, что большая часть фирм является узкофункциональными посредниками. Такой тенденции способствует то, что Дальний Восток является «перевалочной» базой для импортных грузов, поступающих из стран Азиатского -Тихоокеанского региона, которые идут в «центральную» часть России. Для большего получения прибыли

фирмам Дальнего Востока выгоднее работать именно в такой роли. Из-за географического положения края, компаниям удобней контролировать начальное плечо доставки и оказывать комплексные услуги, а хранение и реализацию груза передавать более крупным операторам.

Основной целью любой компании является увеличение прибыли. В свою очередь прибыль в транспортно- экспедиторских компаниях зависит от числа клиентов этой компании. Для привлечения потенциальных клиентов необходимо увеличивать количество менеджеров по продажам транспортных услуг. Так как именно от их работы зависит, сколько клиентов будет обслуживать экспедиторская фирма и какое количество прибыли она сможет получить. Большинство компаний направляет все свои усилия на поиски новых путей транспортировки груза и улучшению сервиса в транспортировке. Но не стоит забывать, что все это бессмысленно, если у транспортной компании нет достаточного количества потребителей, что бы бороться за первой место на рынке грузоперевозок. Из-за этого многие уменьшают бюджет на статьи затрат, не относящихся к основному виду деятельности: рекламу, консультирование и т. д. В настоящее время, наоборот стоит акцентировать внимание на количестве рекламы. А именно «современной» баннерной, рекламе в соц. сетях. Так как в современном обществе люди проводят большое количество в социальных сетях (в контакте, инстаграм, Фейсбук), и делятся понравившейся информацией, со своими знакомыми [7]. Среди них может находиться потенциальный клиент, который впоследствии и станет заказчиком экспедиторских услуг.

Последней рыночной тенденцией для транспортно-логистической компании является оптимизация затрат на логистику, то есть при уменьшении бюджета (стоимости логистических услуг) повышение эффективности логистических процессов. Благодаря наличию собственной логистической платформы на сегодняшний день крупные экспресс-операторы могут варьировать логистические схемы, обеспечивая клиентов оптимальными вариантами сотрудничества, разрабатывая индивидуальные технологии работы:

- срочную доставку грузов и документов – максимально сжатые сроки доставки;
- экономичную доставку – увеличенные сроки доставки, но при этом минимальный тарифный план;
- услугу оптимальной доставки – это наилучшее сочетание «скорость – цена».

Для быстрого оказания транспортной услуги для своего клиента компания должна строить свою работу на основе четкого разделения обязанностей сотрудников. Этого можно добиться с помощью внедрения информационных систем таких как: Битрикс 24, Мегатлан, Terrasoft и другие. Работа с такими программами позволяет структурировать работу сотрудников и весь рабочий процесс компании в целом. Каждый сотрудник при работе в одной из информационных программ понимает, какая задача перед ним стоит на сегодня и какие из задач нужно выполнить в первую очередь.

Таким образом, для перспективного развития транспортно-экспедиторской компании необходимо следить за всеми современными тенденциями рынка транспортных услуг, которые направлены на своевременное совершенствование логистических процессов компании. Не стоит забывать о принадлежности компании к одному из видов логистических операторов, представленных на рынке, так как именно от задачи, поставленной перед компанией зависит в каком ключе должно следовать развитие. Кроме того всем сотрудникам, а в первую очередь и руководящему составу нужно сделать определенные шаги по совершенствованию работы компании, а именно: улучшить качество предоставляемых услуг, анализ рынка, наработка клиентской базы, реклама и т. д. Если рассмотреть рынок транспортных услуг Приморского края, то можно сделать вывод, что сейчас данный сегмент рынка находится в стадии постоянного развития. Этому способствуют определённые действия, проводимые руководством нашей страны. Ежегодные встречи глав государств АТР, направлены именно на развитие отношений между странами АТР и России в частности в сегменте перевозок, что благоприятно сказывается на развитии рынка логистических услуг Приморского края.

Список литературы

1. Аникина Б.А. Логистика: Учеб. пособие для бакалавров / Б.А. Аникина – М.: Проспект, 2015. – 408 с.
2. Белозерцева Н.П. Анализ тенденций развития рынка грузоперевозок в Приморском крае / Н.П. Белозерцева, М.С. Ярайкина // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2013. – №1 (19). – С. 150–156.
3. Виничук О.Ю. Особенности разработки маркетинговой стратегии предприятия / О.Ю. Виничук, С.И. Попова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2015. – №4 (31). – С. 62–72.
4. Martysenko N.S. Determining the prospects for car rental market in Primorsky krai (Russia) International Review of Management and Marketing / N.S. Martysenko, O.Y. Vinichuk. – 2016. – Т. 6. – №2. – С. 213–218.
5. Виничук О.Ю. Особенности деятельности транспортных предприятий на рынке логистических услуг Приморского края // Научные труды SWorld. – 2012. – Т. 16. – №4. – С. 56–62.
6. Драгилева Л.Ю. Развитие предпринимательства в розничной торговле Дальневосточного региона / Л.Ю. Драгилева, Е.В. Масленникова, С.К. Худякова // Научно-практический межотраслевой журнал «Интеграл». – 2013. – №3 (71). – С. 128–129.
7. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации: теория, практика, управление: Учебник для магистрантов / Е.Б. Кметь; Дальневост. федерал. ун-т. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2016.