

РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Гринцевич Е.С.

магистрант МИДО БНТУ, Минск, Беларусь, mariuss@mail.ru

Руководитель Кондратьева Т.Н.

БНТУ, Минск, Беларусь, tamara-kon@yandex.ru

Логистика – наука о планировании, организации, управлении и контроле движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от первичного источника до конечного потребителя.

Объектом логистики является материальный поток на всем пути своего движения, т. е. от первичного источника до конечного потребителя, а предметом – оптимизация затрат по всей цепи товародвижения. Цель логистики определяется 7 правилами: (1) нужный товар должен быть доставлен (2) в нужное время (3) в нужное место, (4) с наименьшими затратами, (5) нужного качества, (6) в нужном количестве и (7) нужному потребителю. Если эти правила выполняются, то цель логистической деятельности считается достигнутой. [1]

Реальные отношения между субъектами, обеспечивающими движение материального потока, складываются в рамках логистической системы. Логистическая система – это адаптивная система с обратной связью, выполняющая те или иные логистические функции. Она состоит из нескольких подсистем и имеет развитые связи с внешней средой. [2]

В рамках логистической системы формируются логистические цепи, звеньями которых являются поставщики, склады, транспорт. Целью данного исследования является определить роль, место транспорта в логистической системе, значение перевозок как этапа логистической деятельности в контексте развития логистической деятельности в Республике Беларусь.

В рамках транспортной логистики осуществляются следующие виды деятельности: перевозка грузов; упаковка и складирование; маркетинг транспортных перевозок.

В процессе транспортной логистики может быть задействована целая команда специалистов: менеджеры, экспедиторы, операторы, юристы, упаковщики, грузчики, кладовщики, водители.

Учитывая такое разнообразие видов деятельности и привлекаемых специалистов, задачей транспортной логистики становится интеграция всех процессов, управление информационными потоками, обеспечение чёткого взаимодействия всех участников. Для выполнения поставленной задачи необходимо применять системный подход с выделением и оптимизацией всех логистических операций на пути следования продукта от производителя к конечному потребителю. При таком подходе есть возможность увидеть общий процесс продвижения изменяющегося продукта и проектировать этот процесс таким образом, чтобы учесть потребности рынка и достичь требуемого экономического эффекта.

Логистическая система обеспечения конечных потребителей товарами в Республике Беларусь начала развиваться ещё в советский период развития государства. Автолавка 2-3 раза в неделю по графику снабжала жителей самых удаленных уголков нашей страны всем необходимым, а также выполняла доставку требуемых товаров по заказам населения. Экспедитор, кладовщик, комплектовщик, грузчик, оператор, водитель – все эти функции выполнял один человек. Заказ товара производился путём записи в тетрадь непосредственно у заказчика, при этом конкретное наименование, ассортимент, потребительские характеристики, цена, наличие на складе, сроки доставки не были известны заранее и варьировались в очень широком диапазоне, т.к. все звенья логистической цепочки того времени в силу неразвитости технологий, средств и способов связи не могли оперативно обмениваться информацией.

В рамках системы потребительской кооперации Белкоопсоюза такая форма взаимодействия с покупателями сельских населенных пунктов Республики Беларусь существует и сегодня, что с учетом современного уровня развития информационных технологий, не соот-

ветствует требованиям, предъявляемым современным потребителем. С развитием конкуренции среди продавцов, меняются и формы их взаимодействия с покупателем: появились телемагазины, торговля по каталогам, интернет-магазины и пр.

Наиболее инновационную и многогранную форму взаимодействия с конечным потребителем в Республике Беларусь предлагает ООО «Евроторг» (сеть магазинов «Евроопт», ЗАО «Интернет-магазин Евроопт»), не являясь при этом крупнейшей торговой сетью в стране. Компания активно развивается как экстенсивным путем, наращивая стационарную сеть магазинов, так и интенсивным путем, предлагая новые, нестандартные инструменты сбыта своей продукции. Системность подхода обусловлена, как наличием традиционной формы обеспечения товарами потребителей в виде стационарных магазинов различных форматов - от гипермаркетов до магазинов шаговой доступности, так и альтернативными решениями в своей деятельности, например, компания охватывает сельскую местность мобильными автомагазинами, занимается доставкой покупателей в свои торговые объекты и реализует доставку товаров на дом.

Доставка бесплатными автобусами сама по себе не является инновационной – она существует давно, но обычно в форме социальных проектов, например доставка детей в школу. ООО «Евроторг» организовал подвоз покупателей из тех населенных пунктов, где нет стационарных магазинов торговой сети. Проезд в автобусе до магазина – бесплатный, обратно - в качестве билета выступает чек из магазина. Как, организация, так и корректировка автобусного маршрута производится в кратчайшие сроки (1-3 дней), открытие нового магазина – от нескольких месяцев до года и более. Таким образом, организацией доставки покупателей в магазины охват территории снабжения можно корректировать в любых масштабах весьма оперативно, что, несомненно, является сильным конкурентным преимуществом.

Для Республики Беларусь наиболее инновационной формой логистической информационной системы с применением интегрированных систем приёма, обработки и отслеживания передвижения заказа является открытие интернет-магазина e-dostavka.by сети магазинов «Евроопт».

Бесплатная доставка товаров на дом из виртуального гипермаркета «Евроопт» стала доступна для жителей Минска с 15 мая 2014 года. Первоначально услуга была доступна для всех жителей столицы в пределах МКАД, а также микрорайонов Уручье и Шабаны. На момент открытия в виртуальном гипермаркете на сайте компании в разделе "Е-доставка" было представлено более двух тысяч наименований товаров.[3]

Механизм работы интернет-гипермаркета «Е-доставка» прост и интуитивно понятен каждому, кто имеет опыт работы с интернет-магазинами: покупатель регистрируется, заполняет корзину товарами, выбирает форму оплаты, адрес и время доставки, подтверждает заказ и ожидает товар. Среди отличительных особенностей, выделяющих «Е-доставку» на фоне остальных интернет-магазинов Республики Беларусь следует отметить следующие:

1. Ассортимент товаров – продукты питания по конкурентоспособным ценам расширяют целевую группу потенциальных покупателей практически до 100% в зоне доставки.

2. Время доставки - выбор временного диапазона с точностью до 2 часов дает возможность совершать покупки различным социальным группам с одинаковым удобством: от домохозяек и студентов до деловых людей с плотным и насыщенным графиком работы.

3. СМС-информирование – контроль и обратная связь с покупателем на всех этапах жизненного цикла заказа с возможностью корректировки или отмены не позднее 2 часов до момента планового времени доставки. Кроме того, после загрузки заказа в автомобиль покупатель получает контактные данные курьера посредством СМС, имея возможность в дальнейшем координировать его действия и корректировать адрес доставки, что позволяет быть более независимым по времени вплоть до момента получения заказа.

По состоянию на 01 октября 2015 года интернет-магазин «Е-доставка» - это:

- более 5 000 товаров на сайте;
- более 500 автомобилей службы доставки;

- доставка по Минску, крупным населенным пунктам Минского района и Минской области, среди которых Молодечно, Жодино, Логойск, Заславль, Дзержинск, Марьино Горка;
- частота заказов – 1 заказ в 2 минуты;
- услугой доставки товаров к себе домой могут воспользоваться порядка 2 миллионов жителей страны.

Формат интернет-торговли в Республике Беларусь начал активно развиваться сразу же после появления доступного для массового потребителя широкополосного доступа в интернет. Как правило, интернет-магазины носят узкоспециализированную направленность, имеют ряд ограничений, например, по географии доставки, срокам и времени суток доставки, минимальному объему заказа, актуальности цены и наличия товара, способу оплаты и т.д. По-настоящему массовости по охвату целевой аудитории, добилась в настоящее время компания ООО «Евроторг», путем открытия собственного интернет-гипермаркета «Е-доставка» за счёт ассортимента, удобства заказа, формы оплаты, невысокого ценового порога минимального размера заказа, выбора максимально узкого временного диапазона доставки и оперативного информирования потребителя о стадиях жизненного цикла заказа, начиная от момента его формирования в корзине покупателя на сайте интернет-магазина до момента вручения потребителю. Превышение ожиданий руководства компании в десятки раз в течение первых недель с момента запуска проекта явно свидетельствует о его инновационности и достижении коммерческого успеха в Республике Беларусь.

Таким образом, логистическая деятельность в Республике Беларусь начала развиваться в советское время, в том числе в розничной торговле. Формы доставки товаров менялись от торговли автолавок до формата интернет-торговли. Важнейшим звеном логистической цепочки был и остается транспорт. Походы покупателей в стационарные точки продаж в настоящее время заменяются доставкой товаров по месту требования заказчика: домой, в офис, в зону отдыха. В этой связи перевозки становятся важнейшим инструментом в конкурентной борьбе торговых организаций за покупателя. Новые формы торговли позволяют торговым организациям экономить на содержании складских помещений, позволяет сокращать численность продавцов, кассиров, технического персонала и таким образом повышать эффективность торговой деятельности.

Список литературы

1. Левкин Г.Г. «Логистика: теория и практика» / Ростов-на-Дону «Феникс» 2009
2. Логистическая система. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.transportal.by/services/logistika/logistics_system.php, дата доступа: 28.10.2015;
3. Белорусское телеграфное агенство «Белта». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.belta.by/society/view/evroopt-nachal-dostavku-produktov-pitanija-na-dom-45799-2014>. дата доступа: 28.10.2015.