

РОЛЬ ТРАНСПОРТА В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

Экономико-правовые преобразования в Республике Беларусь требуют развития новых форм управления предприятием, повышения эффективности его ориентации в современных условиях развития товарно-денежных отношений и рынка. Такая ситуация определяет поиск новых организационно-экономических решений, привлечения прогрессивной методологии управления производством, позволяющей повысить его эффективность. Становление рынка в республике сопровождается развитием конкуренции во всех сферах производства и обращения.

Для выживания предприятия в современных условиях ему необходимо адаптироваться к динамическому состоянию рынка, исследовать возможные рынки реализации своих услуг. Конкуренция, имманентно присущая рыночной экономике, рассматривается как один из важнейших признаков рынка, как форма соперничества и взаимного сотрудничества рыночных субъектов и механизм регулирования общественного производства.

Известно, что в последние годы разрабатывается и используется концепция логистики как один из важных подходов к управлению. Логистика направлена на снижение издержек, повышение надежности, на уменьшение рисков производства посредством согласования и взаимной системной корректировки планов и действий снабженческих, производственных и сбытовых звеньев предприятия.

Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребления осуществляется с применением различных транспортных средств. Затраты на выполнение этих операций составляют до 50 % от суммы общих затрат на логистику.

Транспорт представляют как систему, состоящую из двух подсистем: транспорт общего пользования и транспорт необщего пользования.

Транспорт общего пользования – отрасль народного хозяйства, которая удовлетворяет потребности всех отраслей народного хозяйства и населения в перевозках грузов и пассажиров. Транспорт общего пользования обслуживает сферу обращения и население. Его часто называют магистральным (магистраль – основная, главная линия в какой-нибудь системе, в данном случае – в системе путей сообщения). Понятие транспорта общего пользования охватывает железнодорожный транспорт, водный транспорт (морской и речной), автомобильный, воздушный транспорт и транспорт трубопроводный.

Транспорт необщего пользования – внутрипроизводственный транспорт, а также транспортные средства всех видов, принадлежащие нетранспортным предприятиям, является, как правило, составной частью каких-либо производственных систем.

Транспорт органично вписывается в производственные и торговые процессы. Поэтому транспортная составляющая участвует во множестве задач логистики. Вместе с тем существует достаточно самостоятельная транспортная область логистики, в которой многоаспектная согласованность между участниками транспортного процесса может рассматриваться вне прямой связи с сопряженными производственно-складскими участками движения материального потока.

К задачам транспортной логистики в первую очередь относят задачи, решение которых усиливает согласованность действий непосредственных участников транспортного процесса. Актуальность в решении таких задач возникает в случае, когда объемы транспортной работы выделяются в большой самостоятельный массив (например, при функционировании транспорта общего пользования, а также в ряде случаев транспорта необщего пользования).

Специфику логистического подхода к организации транспортных процессов поясним на примере взаимодействия звеньев транспортной цепи в случае смешанной перевозки (рис. 1).



Рис. 1. Традиционная организация перевозки с участием нескольких видов транспорта (принципиальная схема)

Как следует из рис. 1, единая функция управления сквозным материальным потоком отсутствует. Согласованность звеньев в вопросах продвижения информации и финансов объективно низка, так как координировать их действия некому.

Принципиально иной является организация смешанной перевозки (рис. 2). Наличие единого оператора сквозного перевозочного процесса создает принципиальную возможность проектировать сквозной материальный поток, добиваться заданных параметров на выходе.

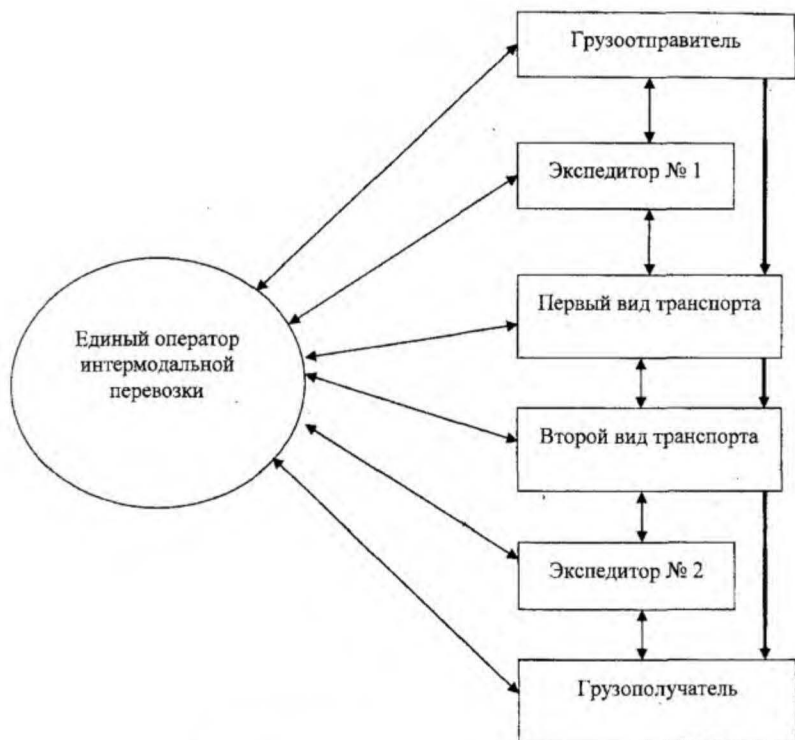


Рис. 2. Логистическая организация перевозки с участием нескольких видов транспорта (принципиальная схема)

Сравнительная характеристика традиционного и логистического подходов к организации смешанных перевозок приведена в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика смешанной и интермодальной перевозки

Смешанная перевозка	Интермодальная перевозка
Два и более видов транспорта	Два и более видов транспорта
Отсутствие единого оператора процесса перевозки	Наличие единого оператора процесса перевозки
Несколько транспортных документов	Единый транспортный документ
Отсутствие единой тарифной ставки фрахта	Единая тарифная ставка фрахта
Последовательная схема взаимодействия участников	Последовательно-центральная схема взаимодействия участников
Разрозненная и в результате пониженная ответственность за груз	Единая и в результате высокая ответственность за груз
Результат: низкая вероятность выполнения «шести правил логистики»*	Результат: высокая вероятность выполнения «шести правил логистики»

*Нужный груз, в нужном месте, в нужное время, в необходимом количестве, необходимого качества, с минимальными затратами.

Применение логистики в транспорте, так же, как и в производстве или торговле, превращает контрагентов из конкурирующих сторон в партнеров, взаимодополняющих друг друга в транспортном процессе.

Логистика представляет собой единую технику, технологию, экономику и планирование. Соответственно, к задачам транспортной логистики следует отнести обеспечение технической и технологической сопряженности участников транспортного процесса, согласование их экономических интересов, а также использование единых систем планирования.

*Е.М. Бурак
ГИУСТ БГУ (Минск)*

КЛЮЧ К УСПЕХУ – СИЛЬНЫЙ БРЭНД

Конкурс «Брэнд года» в Беларуси, который проводился в 2005 году уже не в первый раз доказывает тот факт, что в настоящее время брэнд должен стать неотъемлемой частью любой компании. Это доказывают победители конкурса «Брэнд года 2005», которыми стали известные компании: ИП «Бритиш-Американ Табакко Трейдинг Компани», ИП «Рестораны Макдональдс», ИП «Кока-кола Бевриджиз Белоруссия», ОАО «Белпромстройбанк», Международный автомобильный холдинг «Атлант-М», ЗАО «Минский Транзитный Банк», СООО «Мобильные Телесистемы МТС», Представительство компании Xerox Ltd. в РБ, ОАО «Брестгазоаппарат», ОАО «Горизонт».

Чем же так хорош брэнд? Брэнд формирует преданность потребителя, которая, в свою очередь, создает устойчивую конкурентоспособность. Брэнд определяет постоянство спроса и его независимость от многих рыночных факторов, в том числе, от общего уровня цен на рынке. Можно смело сказать, что брэнд страхует производителя и создает готовность покупателя платить больше. Такие благоприятные обстоятельства дают возможность компании повысить свою финансовую эффективность, улучшить процесс планирования.

Что же такое брэнд? Многие говорят о названиях, символах, логотипах. Но это не брэнд, а всего лишь его атрибуты. Брэнд – это осведомленность об отличных качествах, репутация, имидж, ассоциации, которые возникают в сознании людей, когда они слышат или видят атрибуты объекта.

Производитель, выпуская на рынок тот или иной продукт, дает потребителю обещание, которое гарантируется брэндом. Каждый, работающий в сфере бизнеса, должен задать себе вопрос: «Что обещает мой брэнд?». Здесь возможны различные варианты, но самое главное – это определить, что конкретно представляет собой ваше обещание. Производимый продукт должен четко соответствовать данному обещанию, иначе возникает проблема.