

НЕКОТОРЫЕ ФАКТОРЫ РОСТА ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ БЕЛАРУСИ

Копыл Виталий Ильич

ООО "Бремино групп"

г. Минск, Республика Беларусь

Скирко Наталья Ивановна

Факультет международных отношений БГУ

г. Минск, Республика Беларусь

As a service industry, the logistics can not develop on its own, it grows the desire to subcontractors outsource logistics operators at least some logistical functions.

Период развития любой растущей отрасли зависит от насущных потребностей клиентов, имеющих неудовлетворенный спрос. Современное развитие логистической отрасли зависит от комплекса предоставляемых услуг, которые во многом будут формировать спрос и привлекать клиентов к эффективному ведению дел по тому направлению, которое отдано на аутсорсинг. Задачами статьи были – обобщение наиболее важных факторов, определяющих спрос на логистические услуги операторов, а также факторов, определяющих предложение комплекса услуг логистических центров, исходя из необходимости стороны спроса и возможностей стороны предложения.

На развитие логистической отрасли оказывают влияние многие общеэкономические факторы и тенденции развития внешней торговли. Если принимать в расчет общеполитическое стремление к импортозамещению, наличие санкционных ограничений у российского и украинского импорта, снижение объемов производства, то сокращение обслуживания всего этого грузового потока в логистических центрах страны представляется ожидаемым следствием.

Являясь обслуживающей отраслью, логистика не может развиваться самостоятельно. Логистика - это отрасль, которая прирастает желанием смежников отдавать на аутсорсинг

логистическим операторам хотя бы некоторые логистические функции, такие как хранение, комплектация заказов, перевозка и доставка.

Если рассматривать возможности отрасли с этой позиции, то аутсорсинговые желания формируются у растущего, не обязательно высоко прибыльного, бизнеса, способного формировать эффект масштаба, т.е. имеющего долю прибыли, появившейся по причине снижения средних расходов на логистику в относительно длительном периоде.

Сегодня таким критериям отвечает электронная торговля. Быстрое развитие интернет-магазинов, а также развитие традиционным ритейлом мультиканальных продаж ведет к росту объемов обработки и доставки заказов.

С ростом объемов заказов растут требования потребителей к качеству оказываемой услуги. Возрастают требования к актуальности информации на электронных витринах магазинов, в частности к качеству 3D-визуализации товаров. Потребители хотят получать заказанные товары в более короткие сроки, в конкретное время или достаточно узкое «окно доставки» (небольшой временной период), в удобном месте, иметь возможность оперативно изменять требуемое время и место доставки, иметь возможность выбора из нескольких доставленных моделей товара и право отказаться от товара без оплаты расходов на доставку и т.д.

Совокупность таких факторов, как рост объемов электронной торговли, конкурентная среда интернет – магазинов, стремление профучастников электронной торговли увеличить свою рыночную долю за счет расширения зоны доставки и удовлетворения ожиданий потребителей от качества услуги, - создает большой потенциал для развития фулфилмента (комплекса услуг по хранению товаров, обработки заказов, доставки, обработки возвратов и других услуг). С ростом количества заказов в электронной торговле будет расти необходимость в дополнительных складских площадях и логистических операторах, способных обрабатывать большое количество штучных (состоящих из единичных упаковок) заказов, умеющих работать с широким и глубоким ассортиментом товаров, способных обрабатывать

массовые возвраты товаров. Будет расти спрос на магистральные перевозки и доставку последней мили, что оживит рынок перевозок и служб доставки. Кроме доставки «до двери» электронной торговле требуется доставка до пунктов выдачи и до почтоматов (постоматов).

В свою очередь, фактор роста у логистических компаний – это обеспечение снижения условно-постоянных расходов у клиентов (электронной торговли) за счет эффекта масштаба: увеличения объема оказываемых услуг логистическими операторами; и эффекта охвата: оказание большего вида услуг на имеющихся складских площадях, основных средствах и персонале. Т.е. осуществить то, чего невозможно достичь клиенту самостоятельно, на своих складских площадях.

В то же время, для любого предприятия, не способного формировать эффект масштаба, отдающего на аутсорсинг часть функций логистическому оператору, данное мероприятие связано с желанием реализовать свой (или отраслевой) потенциал роста, стратегические возможности изменения эффективности управления своими условно-постоянными (или накладными) расходами.

Другими словами, стратегические возможности роста эффективности расходов и общего снижения обязательных расходов должны быть запланированы и неизбежны – то ли за счет инновационного поиска, за счет вовлечения в кооперационные цепочки более крупных производителей конечной продукции, за счет присоединения мелких компаний к более крупным компаниям, то ли за счет роста эффективности традиционных расходов, например, логистических, - для чего они и будут передаваться логистическим операторам и т.п.

Чем меньше предприятие, тем сложнее ему развивать собственную логистику – это требует не только дополнительных инвестиций в технологическое оборудование, но и последующих текущих расходов (расходы на аренду и фонд оплаты труда). В логистике важным является баланс между стоимостью логистических услуг (даже если сам пользователь организует эту деятельность в рамках своего предприятия), скоростью обработки

грузового потока и качеством оказываемых услуг. Низкая стоимость логистических услуг (у аутсорсера) или недостаточность финансирования данного направления деятельности у самого предприятия определяет невысокое качество или низкую скорость оказания услуги.

Если обобщить тех потенциальных клиентов отрасли логистики, кому будет выгодно передавать логистические функции на аутсорсинг, то это будут:

А) быстрорастущие компании, которым требуется быстрое масштабирование процессов логистики и процессов управления;

Б) компании, для которых логистика не является ключевой компетенцией;

В) компании, которые не могут полностью загрузить свои логистические мощности в силу разных причин: в условиях падающего рынка; выраженной сезонности; неравномерности логистической нагрузки.

Рассуждая об этом факторе роста логистической отрасли, важно учитывать то, что рост качества предложения и расширение комплекса предоставляемых услуг логистики позволит и стороне спроса на эти услуги отдавать их на аутсорсинг, а не пытаться организовывать это направление самостоятельно.

Внутренний белорусский бизнес может прирастать за счет экспортоориентированности своей отрасли и экономики в целом, потому что внутренний рынок узок, обстоятельства его ограниченности определены общей платежеспособностью не только внутреннего, но и внешних рынков. Кроме роста отрасли за счет внутренних клиентов, видится рост логистики за счет трансграничных грузовых потоков, в первую очередь за счет обслуживания транзитных, мультимодальных перевозок.

Сама логистическая инфраструктура предполагает быть фактором роста отрасли логистики. Республика Беларусь занимает исключительно выгодное логистическое положение на карте Европы. Благодаря своему географическому расположению, Беларусь является ключевым звеном в системе транзитных грузовых потоков между Западом и Востоком, Севером и Югом. Особенно высок логистический потенциал Оршанского района

Витебской области. Здесь пересекаются два трансъевропейских транспортных коридора II «Запад-Восток» и IX «Север-Юг» - автомагистрали М1/Е30 и М8/Е95; расположен крупнейший Оршанский железнодорожный узел; имеется действующий аэродром Оршанского авиаремонтного завода, способный принимать транспортные самолеты практически всех типов и потенциально способный стать основным грузовым аэродромом страны. Перечисленные логистические факторы, наряду с планами по строительству мультимодального промышленно – логистического центра в районе поселка Болбасово Оршанского района открывают широкие возможности для обслуживания железнодорожных, автомобильных и авиационных перевозок.

Наличие логистической инфраструктуры в регионе, благодаря близости границы с Российской Федерацией позволит развить трансграничные перевозки логистическими операторами Республики Беларусь в условиях активизации электронной торговли.

Развитие интернет-торговли формирует необходимость соответствующего роста и структуры рынка экспресс-доставки, и более широкого рынка перевозок. Интернет-торговля и электронная коммерция становятся основным фактором роста рынка логистических услуг, будучи зачастую средним и малым бизнесом, требующим тщательного логистического сопровождения. Как пример, многие службы доставки России переориентируются на трансграничные перевозки – в частности, из Китая и в-целом, из Азиатского региона (80% от общего объема трансграничных перевозок за 2014 г.) [1].

Для белорусского рынка трансграничных перевозок актуальным представляется обслуживание сопредельных областей Российской Федерации: Смоленской, Псковской, Брянской областей: т.к. ближайшие крупные российские логистические центры располагаются в Москве и Калужской области (Ворсино), то часть потока экспресс-доставки на российские регионы может распределяться через Беларусь.

Рынок трансграничной экспресс-доставки отличается динамичной конкуренцией, которая приводит к снижению

прибыльности данного направления логистического бизнеса, - с одной стороны, но росту эффективности и качества предоставляемых услуг, вынужденной автоматизации многих операционных процессов, развитию соответствующей инфраструктуры, - с другой.

Общеполитическое стремление к импортозамещению, наличие санкционных ограничений у российского и украинского импорта, снижение объемов производства – представляются факторами, ограничивающими развитие логистической отрасли. И её современные возможности роста зависят от желаний смежников отдавать на аутсорсинг логистическим операторам необходимые выполнения профильные функции. Также сама логистическая инфраструктура предполагает быть фактором роста отрасли логистики – Республика Беларусь занимает исключительно выгодное логистическое положение на карте Европы. Наличие развитой логистической инфраструктуры в регионе, благодаря близости границы с Российской Федерацией, позволит развить трансграничные перевозки логистическими операторами республики в условиях активизации электронной торговли. Для белорусского рынка трансграничных перевозок актуальным представляется обслуживание сопредельных областей Российской Федерации: Смоленской, Псковской, Брянской.

Список использованной литературы.

1. DPD: онлайн-торговля – основной драйвер роста российского рынка экспресс-доставки // Retail and loyalty [Electronic resource], 29 Мая 2015 / Код доступа: <http://www.retail-loyalty.org/news/dpd-onlayn-torgovlya-osnovnoy-drayver-rosta-rossiyskogo-rynka-ekspress-dostavki/> // Дата доступа: 18.09.2016
