

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ПЕРСПЕКТИВЫ БЕЛОРУССКОЙ ЛОГИСТИКИ

Людмила Климович, Екатерина Шека

Активные процессы глобализации, рост масштабов и числа транснациональных корпораций породили необходимость внедрения в систему бизнеса глобальных логистических цепей и каналов, прежде всего в дистрибуции товаров, определили формирование самостоятельного рынка логистических услуг. Международная практика показывает, что эффективное развитие транспортно-логистических систем на национальном уровне стимулирует ускоренное развитие сопряженных отраслей и сфер экономики.

Для Республики Беларусь, находящейся на перекрестке международных транспортных путей, все более актуальной становится проблема соответствия общим мировым тенденциям и усиления своих позиций на рынке транспортно-логистических услуг как важнейшем секторе логистики. В данной статье авторы рассматривают тенденции развития международного рынка транспортно-логистических услуг и определяют основные условия активного вхождения белорусских компаний в этот динамично развивающийся сектор мирового хозяйства.

Проблемы рынка логистики затрагивались в рамках исследований по развитию международного рынка услуг в работах зарубежных экономистов К. Лавлока [4], Дж. Маркусена [16], белорусских ученых В. Ф. Медведева, В. В. Почекиной и ряда других экономистов [6], в которых услуги логистики рассмотрены как важный и динамично развивающийся сектор мирового рынка услуг. В исследованиях американских, английских, немецких специалистов по логистике выделяются аспекты влияния эффективного управления материальными потоками на конкурентоспособность компании, однако указанные исследования не выделяют проблемы транспортного сектора логистических услуг. В данном направлении интересно исследование роли транспортно-логистических услуг в развитии национальной экономики и влиянии маркетинговых стратегий на эффективность деятельности компаний этого сектора на зарубежных рынках, проведенное литов-

скими специалистами по логистике, сотрудниками Вильнюсского технического университета Д. Буткевичусом и А. Вискупайтисом [11]. Проблемы международного и белорусского рынка транспортно-логистических услуг рассматривались в работе белорусских ученых В. Г. Булавко и П. Г. Никитенко [3]. Однако быстрое изменение этого рынка в условиях глобализации требует постоянного изучения новых тенденций его развития.

1. Развитие сектора логистических услуг в современной экономике

Термин «логистика» (от греч. — искусство вычислять, рассуждать) давно используется в науке и технике. В сфере экономических отношений и бизнесе логистика как вид деятельности получила достаточно широкое распространение, начиная с 70-х гг. XX в. В общем смысле логистика есть наука о планировании, контроле и управлении процессами движения материальных, трудовых и информационных потоков. Белорусские экономисты В. Г. Булавко и П. Г. Никитенко рассматривают логистику как комплекс мер по организации процессов планирования, реализации продукции, контроля за ходом хранения товаров и их перемещения от производителей к потребителям с минимальными издержками [3, с. 8]. Таким образом, критерием эффективности реализации логистических функций является степень достижения максимально возможного уровня предоставляемых услуг при минимальных затратах всех видов ресурсов.

По данным Европейской логистической ассоциации, применение логистических разработок позволяет сократить время производства товаров на 25 %, снизить издержки производства продукции до 30 %, сократить объемы материально-технических запасов от 30 до 70 %. С целью выявления масштаба распространения логистики и ее результатов Всемирным банком был проведен обзор 1450 компаний США, Японии, Канады и западноевропейских стран. Из этих компаний 55 % представ-

Авторы:

Климович Людмила Александровна — кандидат экономических наук, доцент кафедры международных экономических отношений факультета международных отношений Белорусского государственного университета

Шека Екатерина Сергеевна — аспирант кафедры международных экономических отношений факультета международных отношений Белорусского государственного университета

Рецензенты:

Нечай Александра Александровна — кандидат экономических наук, доцент кафедры международных экономических отношений факультета международных отношений Белорусского государственного университета

Мещерякова Елена Валентиновна — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и экономики природопользования инженерно-технологического факультета Белорусского государственного технологического университета

ляли промышленность, 15 % — оптовую и розничную торговлю, 30 % — услуги (транспортную, хранение, электронную обработку данных) [1].

В результате было выявлено, что:

— управление каналами движения продукции ведет к сокращению продолжительности цикла заказа на 80 % и размера запасов на 30—70 %, повышению производительности на 20—50 %, уменьшению затрат на доставку продукции до 30 % (Европейская ассоциация промышленности);

— снижение затрат на логистику на 1 % эквивалентно 10 %-ному росту объемов перевозок (компании *General Motors, Bosch, Siemens, Mitsubishi*);

— организация получения товаров с помощью электронных заказов позволила многим фирмам увеличить объемы сбыта до 50 % (Ассоциация промышленности США);

— в результате совершенствования логистики и снижения запасов на 30 % уменьшились затраты на хранение и капитальные вложения, что, в свою очередь, привело к росту прибыли на активы почти на 35 % (*Henkel*);

— используя интегрированное управление логистикой, некоторые промышленные компании снизили до 25 % продолжительность процесса производства продукции, что позволило им сократить на 20 % общие затраты на маркетинг (*Boston Consulting Group*) [1].

Таким образом, выделение функций логистики в самостоятельную систему обеспечения деятельности предприятия позволяет значительно повысить его конкурентоспособность.

Единство материальных и товарных потоков на организационном, экономическом, технологическом и информационном уровнях обеспечивает единство логистической системы и определяет общую структуру рынка логистических услуг.

Программа развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года определяет логистические услуги как «услуги, связанные с поставкой и обработкой оптовых партий потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения отечественного и импортного производства, а также транспортные, складские, экспедиторские, информационные, финансовые, страховые услуги, оказываемые транспортно- и оптово-логистическими (торгово-логистическим) центрами» [5].

На международном рынке логистических услуг можно выделить ряд характерных тенденций его развития.

1. Активно происходят процессы глобализации логистических компаний за счет слияний и поглощений и консолидации их бизнеса. В результате наблюдается усиление позиций компаний с развитой логистической сетью, представляющих комплекс услуг и широкую географию интернационализации бизнеса.

Мировой рынок логистических услуг на протяжении последних 20 лет устойчиво расширяется, предлагая комплексные функциональные решения от мультимодальных транспортных услуг до дистрибьюторских центров со сложными технологиями комплектации и предпродажной подготовки товарных потоков, управлением дистрибьюторскими каналами, вплоть до контроля дебиторской задолженности. Расширение сферы предоставляемых услуг влечет рост масштабов компаний и, как следствие, — сокращение издержек.

Примеры деятельности крупнейших международных компаний на рынке транспортно-логистических услуг подтверждают тенденцию их географической и ассортиментной диверсификации в регионе Центральной и Восточной Европы (см. таблицу).

Как видно из приведенной таблицы, на мировом рынке основными поставщиками услуг являются крупные международные компании, предоставляющие широкий комплекс услуг. Рост масштабов компаний происходит в первую очередь за счет слияний и поглощений.

Примером глобализации логистических компаний может служить опыт формирования, интернационализации деятельности и диверсификации услуг компании *DHL* — мирового лидера экспресс-доставки и логистики, имеющей богатый опыт работы в области воздушных, наземных, морских перевозок. Сегодня сеть *DHL* охватывает более 220 стран мира. Компания была основана в Сан-Франциско (США) около 40 лет назад. В 1969 г. создатели компании организовали первую экспресс-доставку по принципу «от двери до двери», зародив новую индустрию и оказав влияние на принципы ведения бизнеса во всем мире (доставка документов для таможенного оформления груза происходила еще до прибытия корабля в порт назначения, что существенно сокращало время оформления грузов и затраты клиентов компании на транспортировку). В дальнейшем компания постоянно расширяла географию обслуживания с Гавайев на Дальний Восток и в страны Тихоокеанского бассейна, открывала офисы в странах Ближнего Востока, Африки и Европы. К 1988 г. география обслуживания *DHL* была представлена 170 странами [12].

История компании наглядно демонстрирует этапы роста на основе слияний и поглощений. В 2002 г. *Deutsche Post World Net* приобрела 100 % акций компании *DHL*. В 2003 г. *Deutsche Post World Net* объединила направления в области экспресс-доставки и логистики под единым брендом *DHL*. В декабре 2005 г. в Группу компаний *Deutsche Post World Net* вошла компания *Exel*, в которой на тот момент работали 11 тыс. высокопрофессиональных сотрудников, а сеть компании охватывала 135 стран. *Exel* предлагает решения в области транспорта и логистики крупнейшим компаниям [12].

Основные характеристики международных логистических компаний

<i>Schenker Assen</i> (Германия)	
Краткая характеристика и содержание услуг	<i>Schenker</i> (в составе корпорации <i>Stinnes Logistics</i>) — ключевая компания в Европе в области транспортировки и дистрибуции. Основа корпоративной стратегии — построение глобальных логистических сетей. Последние корпоративные приобретения в Скандинавии, Франции и Польше
Область деятельности	Австрия, Германия, Чехия, Венгрия, Польша, Словакия, Словения
Логистические активы	36 000 занятых, 405 складских комплексов
Информационные системы	Система управления транспортировкой — <i>SWORD, Procars, ILS</i> , система управления складированием — <i>HTS, SAP, SoLINET</i>
Предоставляемые транспортно-логистические услуги	Экспедирование морских и воздушных перевозок, таможенное оформление, складирование и дистрибуция, управление транспортировкой
Связи с отраслями промышленности	Микроэлектроника и производство ЭВМ, автомобилестроение, продукты потребления, здравоохранение
Ключевые клиенты	<i>BMW, DaimlerChrysler, Subaru, IBM, Intel, Procter & Gamble</i>
<i>Panalpina Basel</i> (Швейцария)	
Краткая характеристика и содержание услуг	<i>Panalpina</i> — одна из основных компаний в Европе в области экспедирования грузов (воздушные и морские перевозки), интегрированный логистический провайдер уровня 4PL
Область деятельности	Австрия, Германия, Чехия, Венгрия
Логистические активы	12 000 занятых, 300 складских комплексов
Информационные системы	<i>SCM systems</i>
Предоставляемые транспортно-логистические услуги	Экспедирование морских и воздушных перевозок, управление транспортировкой, складирование и дистрибуция, услуги в области снабжения нефтью и природным газом
Связи с отраслями промышленности	Микроэлектроника и производство ЭВМ, автомобилестроение, нефтяная и газовая промышленность, продукты потребления, текстиль, здравоохранение
Ключевые клиенты	<i>Delphi, Hewlett Packard, IBM, Philips Electronics, Robert Bosch</i>
<i>Exel PLC Berkshire</i> (Великобритания)	
Краткая характеристика и содержание услуг	<i>Exel</i> — крупнейшая компания мира в области контрактной логистики. Результат слияния английских компаний (<i>Exel's contract logistics</i> и <i>MSAS freight forwarding</i>). Предоставление услуг в области управления цепями поставок, проектирования и управления комплексными интегрированными логистическими системами уровня 3PL
Область деятельности	Австрия, Германия, Чехия, Венгрия, Польша, Словакия
Логистические активы	74 000 занятых, 300 складских комплексов, 5923 автотягача, 7544 автоприцепа
Информационные системы	Система управления транспортировкой — <i>i2, RedPrairie, G-Log</i> , система управления складированием — <i>Topex, Insight, RedPrairie</i>
Предоставляемые транспортно-логистические услуги	Складирование и дистрибуция (контрактная логистика), экспедирование морских и воздушных перевозок, консалтинг в области управления цепями поставок, таможенное оформление, управление транспортировкой, управление доходностью
Связи с отраслями промышленности	Микроэлектроника, автомобилестроение, потребительские товары, химическая промышленность, здравоохранение
Ключевые клиенты	<i>BP, Compaq, Daewoo, Ford Motor Co., Hewlett Packard, Honda, Intel, Mitsubishi Corp., Motorola, Nissan, Procter & Gamble, Sony</i>
<i>Kuehne & Nagel International</i> (Швейцария)	
Краткая характеристика и содержание услуг	<i>Kuehne & Nagel</i> — крупнейший в мире экспедитор морских перевозок и один из пяти крупнейших мировых экспедиторов авиаперевозок. Контрактное обслуживание производителей фармацевтической и высокотехнологичной продукции
Область деятельности	Германия, Чехия, Венгрия, Польша, Словакия
Логистические активы	19 000 занятых, 50 складских комплексов
Информационные системы	Система управления транспортировкой — <i>CIEL 4000, KN Road, i2</i> , система управления складированием — <i>EXCEED</i>
Предоставляемые транспортно-логистические услуги	Экспедирование морских и воздушных перевозок, складирование и дистрибуция, таможенное оформление, управление транспортировкой, управление цепями поставок
Связи с отраслями промышленности	Машиностроение, здравоохранение, высокотехнологичные производства, розничная торговля
Ключевые клиенты	<i>Dupont, Nortel, Siemens, Memorex, Harman, Dana</i>

И с т о ч н и к: составлено на основе данных [3, с. 279; 10].

Кроме того, в группу входят ведущие международные компании в области доставки: *Deutsche Post Euro Express* (на рынке с 1997 г.) — лидер экспресс-доставки посылок в Европе; *Danzas* (основана в 1815 г.) — лидер в области доставки тяжелых грузов воздушным путем (и второе место по доставке фрахта морскими путями); *Air Express International* — крупнейшая компания на рынке США по доставке фрахта воздушным транспортом (вошла в состав группы *Danzas* в 2001 г.) [13].

В настоящее время Группа компаний *Deutsche Post DHL (DP DHL)* — мировой лидер в области логистики. В 2009 г. бренд компании *DHL* впервые вошел в число 100 лучших брендов в мире и занял 54-ю строчку в рейтинге [14].

2. Следующей важнейшей характеристикой современного рынка логистических услуг является возрастание роли информационных технологий в деятельности компаний (см. таблицу), в частности надежных телекоммуникационных систем и программного обеспечения, автоматизации звеньев логистической цепочки.

Так, компания *DHL* значительное внимание уделяет развитию информационных технологий. В компании используется сеть *DHLNet*, которая является одной из самых крупных частных сетей в мире. Это высокоскоростная информационная сеть *TCP/IP*, которая объединяет компьютеры офисов *DHL* более чем в 200 странах мира и, в частности, позволяет клиентам получать оперативную информацию о статусе отправки. На общемировом уровне основу сети *DHLNet* составляют три центра, расположенных в Европе (Лондон), Азиатско-Тихоокеанском регионе (Куала-Лумпур) и США (Скотдейл, штат Аризона). Они соединены между собой высокоскоростными каналами связи, благодаря чему можно оперативно отслеживать все этапы доставки. В *DHL* контролировать свой груз можно даже при помощи *SMS* или функции *WAP* мобильного телефона. Для каждого отдельно взятого груза создается индивидуальный маршрут в режиме он-лайн [15].

3. Формирование фирменных логистических сетей и международных центров логистики (МЦЛ) — еще одна характерная тенденция рынка логистических услуг. Такие центры создаются крупнейшими корпорациями для повышения эффективности логистических функций. Например, за последние годы крупными производителями высокотехнологической продукции, такими как *DEC (Digital Equipment Corporation — США)* и *Sony (Япония)*, создан ряд МЦЛ. Создавая свой центр, *DEC* исходила из того, что прямая поставка зарубежным клиентам с отдельных предприятий вызывала нерегулярность отгрузок, относительно высокие расходы по распределению и ошибки в документации вследствие недостатка информации и знаний. Все это замедляло поставки

и вызывало задержки на таможенных принимающих стран. В настоящее время *DEC* использует свой МЦЛ, находящийся на северо-востоке США, для управления распределением экспортных товаров. Здесь сконцентрирован высококвалифицированный персонал, подготавливающий экспортную документацию, контролирующей транзит и осуществляющий слежение за грузом. В компании *Sony* МЦЛ занимают центральное место в системе распределения. Каждый региональный рынок, такой как Северная Европа или Западное побережье США, обслуживается местным МЦЛ. Однако, учитывая рассредоточенную производственную базу, МЦЛ *Sony* функционируют также как центры комплектации и сборки, что позволяет добиваться благоприятных фрахтовых ставок. В результате задержки отправок сократились на 50 %, значительных величин достигла экономия транспортных расходов и расходов на рабочую силу [8].

4. Несмотря на высокую степень эффективности внутрифирменных логистических цепочек, важнейшей тенденцией на рынке логистики становится аутсорсинг услуг, получивший в зарубежной практике название «контрактная логистика». Привлечение услуг извне дает максимальную гибкость, поскольку позволяет получить почти немедленный доступ к новым рынкам и предложить клиентам индивидуальное обслуживание. По оценке *Cap Gemini Ernst & Young*, к 2008 г. североамериканские компании передали на аутсорсинг в среднем 56 % своих логистических бюджетов, а западноевропейские и азиатско-тихоокеанские — 81 и 60 % соответственно [8].

Наряду с понятием «контрактная логистика» стал активно использоваться термин «3PL-технология» (*Third Party Logistics*), или логистика третьей стороны. Технология 3PL включает организацию и управление перевозками, учет и управление запасами, подготовку импортно-экспортной и фрахтовой документации, складское хранение, обработку груза, доставку конечному потребителю. Клиент получает полный комплекс всех необходимых услуг, стопроцентно отвечающий его логистическим потребностям. Пользование такими услугами позволяет клиенту обеспечить экономию времени и переключить освобождающиеся ресурсы на главные бизнес-проекты; быстро и адекватно реагировать на изменения потребительских предпочтений; использовать опыт и ресурсы участников цепочки поставок, применять их специфические технологии и ряд других преимуществ [17].

Ключевыми участниками рынка логистического 3PL-аутсорсинга считаются международные компании, которые выросли из служб экспресс-доставки и пришли в страны с переходной экономикой для обслуживания крупных производственных и торговых структур. В России и Беларуси большинство постав-

щиков *3PL*-аутсорсинга представлено компаниями с иностранным или смешанным капиталом. Объясняется это тем, что клиентская история, квалификация, международные логистические связи и, соответственно, качество и надежность услуг иностранных *3PL*-провайдеров пока еще выигрывают при сравнении с отечественными поставщиками [7].

5. Возрастает роль маркетинговых стратегий в конкурентной борьбе логистических компаний на международном рынке. В маркетинговых стратегиях крупных логистических компаний преобладают ориентация на создание положительного имиджа компании и индивидуальные потребности клиента, использование так называемого клиентоориентированного маркетинга (комплекса коммуникационных инструментов, направленных на формирование клиентской базы и удовлетворение индивидуальных потребностей клиентов).

Так, в работе с клиентами американской компании *DHL* существует дифференцированный подход к потребностям клиентов. Упор сделан на использование товарных (диверсификация рынков, адаптация к локальным рынкам, работа с целевыми группами) и коммуникационных стратегий (директ-маркетинг, различные виды рекламы, работа с общественностью). Компания анализирует особенности среды местных рынков, создавая положительный и хорошо узнаваемый образ фирмы, исследует уровень удовлетворенности клиентов при использовании услуг компании.

Таким образом, важнейшие конкурентные преимущества компаний на мировом рынке логистических услуг определяются основными тенденциями его развития.

2. Проблемы и перспективы белорусского рынка логистики

Развитие рынка услуг логистики позволит Республике Беларусь в полной мере использовать выгодное географическое положение и увеличить транзит грузов по территории страны, создать новые рабочие места, увеличить поступления валютной выручки. Дополнительные перспективы развития открывает Таможенный союз. На услуги транспорта в республике приходится 75 % всего экспорта услуг в стране, и это одно из важнейших направлений экспортной стратегии Республики Беларусь. Транспортные услуги оказывают: железнодорожный и автомобильный транспорт; внутренний водный транспорт; газотранспортная система «Белтрансгаз» и нефтепровод «Дружба»; воздушный транспорт, транспортные и транспортно-экспедиционные организации.

Логистика становится одним из качественных элементов реализации транзитного потенциала страны. Развитие информационно-логистического сегмента и создание в транспортной инфраструктуре мультимодальных

транспортно-логистических центров позволят повысить уровень конкурентоспособности транспортных услуг.

Рынок транспортно-логистических услуг Республики Беларусь находится в стадии становления. Тем не менее, уже сейчас на нем действует более 100 ведущих транспортно-логистических компаний, членов Ассоциации международных экспедиторов и логистики (БМЭ), которые по объему и комплексу предоставляемых услуг (перевозки всеми видами транспорта, таможенное оформление, страхование и т. д.) не уступают зарубежным. К основным компаниям можно отнести: ООО «СТА Логистик», ООО «Крафттранс», ИП «Астра», ООО «ТЭЛС», ООО «М&М», а также ряд государственных монополий, таких как ТРАНСРЭЙЛ БЧ, Белжелдортранс и др. [9].

Наряду с крупными компаниями в республике на рынке транспортно-логистических услуг функционирует более 1000 юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, деятельность которых по доставке грузов в международном сообщении ограничивается кроме непосредственно перевозки услугами по сопровождению груза в пути, оформлению таможенных, товарно-транспортных и других перевозочных документов, а также посредническими услугами. По своей природе данные структуры не могут решать масштабные задачи по оптимизации грузовых потоков. В этих условиях строительство транспортно-логистических центров позволит уже существующим национальным логистическим операторам расширить рынки сбыта и спектр предоставляемых услуг, предлагая транзитные услуги (складирование, консолидация, переупаковка и т. д.) для крупнейших международных логистических операторов.

В соответствии с Программой развития логистической системы на период до 2015 года на территории Республики Беларусь формируется сеть крупных логистических центров, которые, в свою очередь, позволят уже существующим национальным логистическим операторам расширить рынки сбыта и спектр предоставляемых услуг [5]. Формирование таких центров соответствует требованиям и тенденциям развития мирового рынка, о чем свидетельствует опыт стран Западной Европы. Так, в Голландии их деятельность приносит 40 % дохода транспортного комплекса, во Франции — 31, в Германии — 25 %. В странах Центральной и Восточной Европы эта доля в среднем составляет 30 % [1].

В Беларуси первые логистические структуры, соответствующие требованиям международных стандартов, появились только в 2003 г. — открылись логистические центры в промзоне Колядичи (Минск) и на базе таможенного пограничного терминала «Брестгрузавтосервис» (г. Брест). Однако до последнего времени транзитные логистические услуги в

республике не стали ведущей сферой привлечения инвестиций. Доля такого рода услуг в общем объеме экспортных операций в Беларуси составляет до 12 %, что в 3 раза ниже среднемирового показателя. При этом основной статьей экспорта услуг (54 %) является транспортно-экспедиционная деятельность белорусских субъектов хозяйствования [8]. Формирование современной транспортно-логистической системы предполагает создание соответствующей инфраструктуры на основе прогрессивных транспортно-логистических технологий, форм организации производства и доставки грузов, а также сети транспортно-логистических центров.

В настоящее время на стадии строительства вводится свыше 40 логистических центров. Введено в строй и полностью действует только 4 центра. Среди них ООО «Двадцать четыре» — логистический центр нового поколения, оказывающий весь комплекс посреднических услуг в логистике (введен в строй в 2011 г. и пока не используется в полной мере). Это один из первых в республике логистических операторов уровня *3PL*, оказывающих спектр логистических услуг по схеме «производитель—потребитель» с минимальным участием клиента в этом процессе. Он оборудован стеллажной системой, соответствующей европейским стандартам и действующим международным нормативным требованиям. Внедрена высокотехнологичная система управления процессами (*WMS, ERP*, информирование о месте нахождения заказа в режиме реального времени). Логистический оператор оказывает услуги по хранению пакетированных и негабаритных товаров, погрузочно-разгрузочные работы, обработку, транспортировку и экспедирование грузов, таможенное сопровождение товара. Крупнейшим инвестиционным проектом (общий объем инвестиций составит 21,5 млн евро) является также строящийся транспортно-логистический центр СООО «БелВингесЛогистик» в пос. Раков Воложинского района (предусмотрено 30 загрузочных площадок и 2 площадки для загрузки-разгрузки нестандартных грузов) [2].

В целях повышения эффективности функционирования национальной логистической системы необходимо решить ряд важных задач:

1. Создать единую транспортно-логистическую систему, включающую структуры как государственной, так и частной форм собственности.

2. Обеспечить государственную поддержку притока иностранных инвестиций в этот сектор услуг, в частности через строительство логистических центров. Появление транснациональных корпораций с их передовыми стратегиями и технологиями поможет создать стабильный и успешный рынок логистических услуг.

3. Значительно расширить комплекс транспортно-логистических услуг (включая планирование, контроль, менеджмент и доставку) при активном использовании аутсорсинга логистических услуг (технологии *3PL*) на международном рынке.

4. Открыть за рубежом многофункциональные логистические центры, представляющие комплексы объектов, обеспечивающих управление товарными, сервисными и информационными потоками, предназначенные для управления продвижением товаров, в том числе белорусского производства, их реализации в стране назначения.

5. Формировать положительный имидж национальных поставщиков логистических услуг на международном рынке, используя опыт международных логистических компаний в области клиентоориентированного маркетинга.

6. Принять соответствующую нормативно-правовую базу, в частности по межгосударственным интермодальным перевозкам, по унификации документооборота.

7. Сформировать систему подготовки высококвалифицированных специалистов в сфере *3PL* и *4PL* технологий и транспортных услуг в рамках: постоянно действующего краткосрочного семинара, курсов по подготовке и переподготовке кадров по логистике, подготовки менеджеров по специальности «Логистика» в ведущих вузах Беларуси.

Таким образом, необходимы координация государственной политики развития отечественной логистики, формирование централизованного института управления системой логистики. Комплексное решение отмеченных задач с учетом тенденций развития мирового рынка логистических услуг позволит компаниям Республики Беларусь завоевать устойчивые позиции в международной логистике. Развитая логистическая инфраструктура страны стимулирует приток иностранных инвестиций, значительный рост объемов транзитных перевозок, формирование дополнительных конкурентных преимуществ белорусских участников рынка транспортно-логистических услуг и значительный рост экспортного потенциала страны.

Литература

1. Артюшеня, Д. Роль логистики в повышении конкурентоспособности предприятий / Д. Артюшеня [Электронный ресурс] // Автоперевозчик: международный журнал профессионалов. — 2008. — № 5. — Режим доступа <<http://perevozchik.com/ru/filling/y-2008.n-5.oid-502.html>>. — Дата доступа: 05.11.2011.
2. Беларуси нужно принять дополнительные меры для повышения привлекательности логистического бизнеса — М. Мясникович [Электронный ресурс] // Совет Министров Республики Беларусь. — Режим доступа: <<http://www.government.by/ru/content/3962/>>. — Дата доступа: 10.11.2011.
3. Булавко, В. Г. Формирование транспортно-логистической системы Республики Беларусь / В. Г. Булавко, П. Г. Никитенко. — Минск: Беларус. навука, 2009. — 356 с.

4. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок. — М.: Вильямс, 2005. — 1008 с.
5. О Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 29.08.2008 г. № 1249 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2012.
6. Почекина, В. В. Международный рынок услуг / В. В. Почекина, Ю. П. Якубук; под ред. В. Ф. Медведева. — Минск: БИП-С, 2004. — 264 с.
7. Преимущества особенности развития: 3PL [Электронный ресурс] // Международная группа компаний Apply Logistic. — Режим доступа: <http://www.logist.by/i/materials/data/ic_materials/13>. — Дата доступа: 01.02.2012.
8. Сморгачев, И. Основные тренды в становлении рынка логистических услуг / И. Сморгачев, Д. Титюхин [Электронный ресурс] // Логинфо: журнал о логистике в бизнесе. — Режим доступа: <<http://loginfo.ru/issue/108/1142>>. — Дата доступа: 05.11.2011.
9. Список членов ассоциации [Электронный ресурс] // Ассоциация международных экспедиторов и логистики «БАМЭ». — Режим доступа <<http://www.baifby.com/members/>>. — Дата доступа: 12.11.2011.
10. About us [Electronic resource] // Kuehne + Nagel. — Mode of access: <http://www.kn-portal.com/about_us/about_us/>. — Date of access: 30.11.2011
11. Butkevicius, J. Development of marketing strategies in Lithuanian transport companies / J. Butkevicius, A. Vyskupaitis [Electronic resource] // Transport and Telecommunication Institute of the University of Applied Sciences. — Mode of access: <http://www.tsi.lv/Transport-and-Telecommunication/v61_en/art22.pdf>. — Date of access: 10.12. 2011.
12. Company Portrait: Our History [Electronic resource] // DHL. — Mode of access: <http://www.dhl.com/en/about_us/company_portrait.html#history>. — Date of access: 12.11.2011.
13. Express Division: Aviations [Electronic resource] // DHL. — Mode of access: <http://www.dhl.com/en/about_us/express.html#aviations>. — Date of access: 12.11.2011.
14. Information for World's Business Leaders [Electronic resource]. — Mode of access: <<http://www.forbes.com/>>. — Date of access: 12.11.2011.
15. Innovation: Innovation Center [Electronic resource] // DHL. — Mode of access: <http://www.dhl.com/en/about_us/innovation.html>. — Date of access: 12.11.2011.
16. Markusen, J. Foreign Direct Investment in Services and the Domestic Market for Expertise / J. Markusen, T. F. Rutherford, D. Tarr. — Washington: World Bank, 2000. — 29 p.
17. Third Party Logistics (3PL) — логистика третьей стороны [Электронный ресурс] // С-Лоджистик: логистическая компания. — Режим доступа: <<http://www.s-logistics.gsf.ru/article/166/51/>>. — Дата доступа: 19.01.2012.

«Международный рынок транспортно-логистических услуг и перспективы белорусской логистики» (Людмила Климович, Екатерина Шека)

В статье на основе анализа мирового рынка транспортно-логистических услуг выделен ряд характерных тенденций его развития: 1) глобализация бизнеса логистических компаний за счет процессов слияний и поглощений в этой сфере (примером служит опыт интернационализации деятельности и диверсификации услуг компании DHL — мирового лидера логистики); 2) возрастание роли информационных технологий в деятельности компаний; 3) развитие международных центров логистики (МЦЛ); 4) широкое использование аутсорсинга услуг логистики (контрактной логистики); 5) возрастание роли маркетинговых стратегий (в частности, клиентоориентированного маркетинга) в конкурентной борьбе международных логистических компаний.

Выявление мировых тенденций позволяет определить основные условия формирования рынка транспортно-логистических услуг Республики Беларусь, включающие: создание единой транспортно-логистической системы из структур государственной и частной форм собственности; государственную поддержку притока иностранных инвестиций, включая строительство логистических центров; использование аутсорсинга транспортно-логистических услуг; создание за рубежом многофункциональных логистических центров; формирование положительного имиджа национальных поставщиков логистических услуг на международном рынке; развитие системы подготовки высококвалифицированных специалистов в сфере логистики.

«International Logistics and Transportation Market and Prospects for Logistics in Belarus» (Ludmila Klimovich, Ekaterina Sheka)

The article analyzes the world transportation and logistics market to outline a number of characteristic trends in its development. These are: 1) logistics companies business globalization through mergers and takeovers in this sphere (for example, the case of internationalization and diversification of the DHL services, the company which is the world leader in logistics); 2) increasing role of IT technologies in companies' activities; 3) development of international logistics centres; 4) a wide use of outsourcing in providing logistics services (contract logistics); 5) the increasing role of marketing strategies (in particular, client oriented marketing) in international logistics companies competition.

The identification of global trends allows to determine the main conditions for forming transportation and logistics services market in the Republic of Belarus, which should include the following: establishing a single transportation and logistics services system, embracing both state and private agencies; state support for attracting foreign investments, including construction of logistics centers abroad; forming a positive image of national logistics services suppliers on the international market and developing a system for efficient training of skilled specialists in logistics.

Статья поступила в редакцию в декабре 2011 г.