

РОЛЬ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Транспортная логистика – отрасль логистики, занимающаяся перемещением требуемого количества товара в нужную точку, оптимальным маршрутом за требуемое время и с наименьшими издержками.

Поскольку на каждого потребителя существенное влияние оказывает цена приобретения того или иного товара или услуги, то необходимо отметить, что большую часть стоимости составляет так называемая «цена перехода», то есть наценки каждого звена в цепи производитель – конечный покупатель. Здесь и подразумевается логистика.

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 [1, с. 100–112].

Транспорт должен быть гибким, чтобы обеспечивать перевозочный процесс, подвергающийся еженедельной или ежедневной корректировкам; гарантировать круглосуточную доставку грузов в разбросанные и отдаленные пункты; надежно обслуживать клиентуру во избежание остановки работы предприятий или дефицита у заказчика.

Основная цель транспортной логистики – снижение затрат на товародвижение, что позволяет добиться максимальной экономической эффективности [2, с. 56–57].

Современное понятие транспортировки в нашей стране существенно изменилось с развитием рыночных отношений: от отрасли, приравненной к промышленным отраслям, до сферы услуг – транспортного сервиса. С позиций потребителя транспортный сервис должен обеспечить доставку груза обусловленного качества в заданное место и время с минимальными затратами. Поэтому потребители выбирают такие виды транспорта и способы транспортировки, которые обеспечивали бы наилучшее качество логистического сервиса [3, с. 78].

Оптимизированная транспортная система позволяет снизить затраты на производство и реализацию продукции, увеличить эффективность работы персонала. Основная задача, которая стоит перед менеджерами, это снижение затрат на перевозки без потери их качества. Однако повышая эффективность только за счет сокращения затрат,

компания рискует получить краткосрочный и обманчивый эффект, который в дальнейшем может привести к большим финансовым потерям.

Ключевое место в повышении эффективности транспортных перевозок занимает качество и оперативность оказываемых услуг. Это главный механизм привлечения новых клиентов и увеличения оборота компании. Каждая компания ставит перед собой цель не только сократить затраты, увеличив при этом прибыль с единицы транспортной работы, но и увеличить объемы самих перевозок [2, с. 58–59].

Предложим основные рекомендации, как добиться данной цели.

1. Разделить обязанности служб логистики и эксплуатации.

В компании должно существовать разделение обязанностей. Распространенная ошибка – подчинение двух этих служб одному руководителю.

2. Грамотно составлять маршрут перевозок и разрабатывать графики движения.

Логистической службе необходимо составить маршрут перевозок и схему маршрута с указанием опасных участков, разработать графики движения. Стоит уделить внимание техническому состоянию транспортных средств и контролю за соблюдением водителями расписания движения и норм грузоподъемности транспортного средства.

3. Провести инструктаж водителей транспортных средств.

4. Наладить первичный учет по всей транспортной логистике.

Современное программное обеспечение позволяет нивелировать долю человеческого участия в моделировании перевозок, поэтому менеджмент должен быть задействован в обновлении материально-технической базы предприятия, формировании отчетности и разработке предложений по дальнейшему совершенствованию логистики [4, с. 12].

5. Не стоит полностью доверять информации GPS-датчиков.

Показания навигаторов могут учитываться лишь в комплексе с иными доказательствами.

6. Необходимо уделить внимание нормам расхода горюче-смазочных материалов, а также справочнику расстояний.

Сегодня, компании могут сократить затраты на 10 – 15%, только за счет обновления нормативов о горюче-смазочных материалах и расстояниях, а также, если начать контролировать данные показатели.

7. Деятельность компании должна быть регламентирована.

Любая служба эксплуатации должна иметь набор регламентов своей деятельности и строго их выполнять.

8. Необходимо разработать систему показателей эффективности, которые будут ключевыми в области транспортной логистики компании.

9. Организация перевозки центровозом.

При внедрении центровоза, компания сможет высвободить около 45–50% транспортных средств и организовать выполнение сторонних заказов.

Из всего вышесказанного следует, уровень транспортного сервиса крайне важен для всех клиентов каждой компании. Можно утверждать, что работа логистической службы в большей степени влияет на прибыль компании. Главные инструменты в данном случае – грамотная маршрутизация и диспетчеризация перевозок.

Данные инструменты позволяют компании:

- 1) максимально эффективно использовать свои транспортные средства, организовывая перевозку попутных и обратных грузов;
- 2) обеспечивать перевозку точно в срок с нужным качеством, что является крайне важным для всех клиентов.

Для создания максимально удобных условий для клиентов, целесообразно разработать широкий круг дополнительных услуг, а именно: адресная доставка грузов; бесплатное хранение; предоставление транспортного средства; помощь при погрузке и разгрузке; составление специальных расценок по обслуживанию корпоративных клиентов; предоставление необходимых для транспортировки элементов [3, с.79].

Главная рекомендация – не пытаться экономить на персонале логистической службы и на инструментах автоматизации. Оптимизация транспортного отдела предприятия – важнейшая задача корпоративного менеджмента, так как от этого направления зависит коммуникация с поставщиками, партнерами и конечными потребителями. Нельзя придерживаться одного аспекта совершенствования перевозок – нужно вводить инновации комплексно [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Балобанов А.О., Морозова И.В. Транспортная логистика и интермодальные перевозки. Изд-во: Астропринт, 2004. – С. 100–112.
2. Гаджинский, А.М. Логистика: учеб. для высших и средних учебных заведений / А.М. Гаджинский. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2007. – С. 56–59.
3. Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика. Интегрированная цепь поставок. М.: Олимп-Бизнес, 2006. – С. 78–79.
4. Гордон, М.П. Логистика товародвижения: Учебник. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2001. – С. 12.