

УДК 65.012.34

*ЖАБОЛЕНКО М.В., к.э.н., доцент  
Донецкая академия автомобильного транспорта*

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

*В данной статье рассматриваются тенденции развития международного рынка транспортно-логистических услуг и определяются основные условия активного вхождения компаний в этот динамично развивающийся сектор мирового хозяйства.*

**Ключевые слова:** *глобализация, транспортно-логистические системы, международный рынок, провайдеры*

### **Постановка проблемы**

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.

### **Анализ последних исследований**

Проблемы рынка логистики затрагивались в рамках исследований по развитию международного рынка услуг в работах зарубежных и отечественных экономистов К. Лавлока, Дж. Маркусена, В. Ф. Медведева, В. В. Почекиной и ряда других экономистов, 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 литовскими специалистами по логистике, сотрудниками Вильнюсского технического университета Д. Буткевичусом и А. Вискупайтисом. Однако быстрое изменение этого рынка в условиях глобализации требует постоянного изучения новых тенденций его развития.

### **Цель статьи**

Целью данной статьи является изучение современного международного рынка транспортно-логистических услуг и выявление тенденций его развития.

### **Основной раздел**

Как известно, 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. К примеру, такие экономисты как 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 [1]. 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 % представляли промышленность, 15 % – оптовую и розничную торговлю, 30 % – услуги (транспортировку, 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.

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 (таблица 1).

### Основные характеристики международных логистических компаний

<b>Schenker Assen (Германия)</b>	
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 &amp; Gamble</i>
<b>Panalpina Basel (Швейцария)</b>	
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 <i>4PL</i>
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>
<b>Exel PLC Berkshire (Великобритания)</b>	
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 <i>3PL</i>
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 &amp; Gamble, Sony</i>

Продолжение таблицы 1

<b><i>Kuehne &amp; Nagel International</i> (Швейцария)</b>	
Краткая характеристика и содержание услуг	<i>Kuehne &amp; 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>

Источники: составлено на основе данных [2;3]

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 [4].

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.

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.) [5].

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 [6].

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* проконтролировать свой груз можно даже при помощи *SMS* или функции *WAP* мобильного телефона. Для каждого отдельно взятого груза создается индивидуальный маршрут в режиме он-лайн [2].

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 таможнях 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 [3].

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 [4].

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 биз-

нес-проекты; быстро и адекватно реагировать на изменения потребительских предпочтений; использовать опыт и ресурсы прямых участников цепочки поставок, применять их специфические технологии и ряд других преимуществ.

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.

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.

## Выводы

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

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.

## Список литературы

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. Сморчков, И. Основные тренды в становлении рынка логистических услуг / И. Сморчков, Д. Титюхин [Электронный ресурс] // Логинфо: журнал о логистике в бизнесе. — Режим доступа: <<http://loginfo.ru/issue/108/1142>>. — Дата доступа: 05.11.2011.
3. About us [Electronic resource] // Kuehne + Nagel. — Mode of access: <[http://www.kn-portal.com/about\\_us/about\\_us/](http://www.kn-portal.com/about_us/about_us/)>. — Date of access: 30.11.2011.
4. Butkevičius, J. Development of marketing strategies in Lithuanian transport companies / J. Butkevičius, 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](http://www.tsi.lv/Transport-and-Telecommunication/v61_en/art22.pdf)>. — Date of access: 10.12. 2011.
5. Company Portrait: Our History [Electronic resource] // DHL. — Mode of access: <[http://www.dhl.com/en/about\\_us/company\\_portrait.html#history](http://www.dhl.com/en/about_us/company_portrait.html#history)>. — Date of access: 12.11.2011.
6. 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.



**Жаболенко М.В. Тенденції розвитку міжнародного ринку транспортно-логістичних послуг**

*Анотація.* У даній статті розглядаються тенденції розвитку міжнародного ринку транспортно-логістичних послуг і визначаються основні умови активного входження компаній в цей динамічно розвивається сектор світового господарства.

*Ключові слова:* глобалізація, транспортно-логістичні системи, міжнародний ринок, провайдери

**Zhabolenko M. V. Trends in the international market of transport and logistics services**

*Abstract.* This article examines trends in the development of transport and logistics services to the international market and are determined by the basic conditions of entry active companies in this dynamic sector of the world economy.

*Keywords:* globalization, transport and logistics system, the international market, providers

Стаття надійшла до редакції 25.08.2015 р.