

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ

Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя осуществляется с применением различных транспортных средств.

Транспорт органично вписывается в производственные и торговые процессы, поэтому транспортная составляющая участвует во множестве задач логистики. Вместе с тем существует 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.

Транспортная логистика в первую очередь решает те задачи, которые усиливают согласованность действий непосредственных участников транспортного процесса.

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

Техническая сопряженность в транспортном комплексе означает согласованность параметров транспортных средств как внутри отдельных видов, так и в межвидовом разрезе. Эта согласованность позволяет применять модальные перевозки, работать с контейнерами и грузовыми пакетами.

Экономическая сопряженность — это общая методология исследования конъюнктуры рынка и построения тарифной системы.

Совместное планирование означает разработку и применение единых планов, графиков.

К задачам транспортной логистики относят также создание транспортных систем, в том числе транспортных коридоров и транспортных цепей, обеспечение технологического единства транспортно-складского процесса, выбор вида и типа транспортного средства, определение рациональных маршрутов доставки и др.

Задача выбора вида транспорта решается во взаимной связи с другими задачами логистики, такими как создание и поддержание оптимального уровня запасов, выбор вида упаковки и др. Основой выбора вида транспорта, оптимального для конкретной перевозки, служит информация о характерных особенностях различных видов транспорта.

Экспертная оценка значимости различных факторов показывает, что при выборе транспорта в первую очередь принимают во внимание:

- надежность соблюдения графика доставки;
- время доставки;
- стоимость перевозки.

Правильность сделанного выбора должна быть подтверждена технико-экономическими расчетами, основанными на анализе всех расходов, связанных с транспортировкой различными видами транспорта.

При осуществлении транспортного сервиса как необходимой составляющей логистики должен быть выполнен ее основополагающий принцип — получение высокого экономического эффекта. Реализация этого принципа достигается высоким качеством обслуживания.

Таким образом, транспорт — это отрасль материального производства, осуществляющая перевозки людей и грузов. К задачам транспортной логистики относят обеспечение технической и технологической сопряженности участников транспортного процесса, согласование их экономических интересов, а также использование единых систем планирования.

*Д. Н. Усманова, д-р экон. наук
БМА (Рига, Латвия)*

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДОВ ЮВЕЛИРНЫХ ТОВАРОВ КЛАССА ЛЮКС НА ЛАТВИЙСКОМ РЫНКЕ

На сегодняшний день профиль потребителя претерпел масштабные изменения по сравнению с потребителями 20 и даже 10 лет назад, поэтому следует выделить некоторые общие тенденции в изменении потребительского поведения, которые важно учитывать при продвижении. Сегодня потребитель более социален и информирован, что характерно и для латвийского покупателя: включен в информационную сеть — приглашен в «мастерскую» и играет роль в производстве товара через дизайн и индивидуальные заказы; независим — ценит уникальность и бренды, пытается отойти от устаревших традиций и проявить индивидуальность, усердно работает, чтобы приобретать желаемое, социален — постоянно общается; кооперативен — имеет сильную этническую подоплеку, поддерживает местного производителя, проявляет заботу об экологии.

Следует отметить, что сегмент ювелирных товаров может быть разделен на несколько классов: премиум — продукция дорогостоящая, но все еще достаточно массовая. Это известные бренды, за которые покупатель готов переплатить. В продвижение таких брендов вкладывают большие средства; люкс — роскошные и дорогие товары, могут быть в ограниченном выпуске или по индивидуальному заказу, целевая группа потребителей узкая, а на продвижение тратят еще