**8 ТЕМА**

**8 лекция. Инновационный бизнес в транспорте и логистике**

Термин **«логистика»** с языковедческих позиций имеет такие греческие корни, как**logos (разум), logismos (расчет, раздумье, план), logo (думать, рассуждать), logistika (искусство проведения расче­тов).** Логистический подход к управлению материальными потоками известен давно. Однако эконо­микой в достаточно широком масштабе он был востребован сравнительно недавно. Это обусловлено как факторами, внешними по отношению к системам управления материальными потоками, так и развитием самого логистического подхода.

**Актуальность логистики в наше время объясняется несколькими факторами:**

1. экономическим, так как сейчас основной приоритет компании — поиск возможностей сокра­щения производственных затрат и издержек обращения в целях увеличения прибыли фирмы и роста качества, оказания комплекса услуг потребителю, поэтому в условиях развития рыночных отношений принцип «расчет+выгода+потребитель» ведет к росту важности логистики;
2. информационным, так как информатика наиболее тесным образам связывает рынок и логи­стику, поскольку предметом, средством и составляющей логистических процессов являются инфор­мационные потоки;
3. техническим, поскольку технический фактор проявляется в том, что логистика как система управления, ее субъекты и объекты развиваются на основе технических достижений в складском хо­зяйстве и сфере управления (при автоматизации и компьютеризации управления), обеспечивающих решающий успех на товарных ранках.

Следует отметить, что логистика показывает резервы улучшения экономических показателей субъектов хозяйствования. Так, применение логистики в сфере производства позволяет: 1) снизить запасы на всем пути движения материального потока; 2) сократить время прохождения товаров по логистической цепочке, снизить транспортные расходы; 4) сократить затраты ручного труда и соот­ветствующие расходы на операции с грузом

В настоящее время сложилась модель отношений между маркетингом и логистикой в управле­нии всей хозяйственной деятельностью фирмы:

1. анализ окружающей среды и рыночное исследование;
2. анализ потребителей;
3. планирование товара, определение ассортиментной специализации производства;
4. планирование услуг, оптимизация рыночного поведения по эффективному сбыту.

Первые две маркетинговые задачи могут решаться без участия логистики, но третья и четвертая должны решаться совместно [2; 45].

Необходимо отметить, что объектом логистики является сквозной материальный поток, но на отдельных этапах его управление имеет специфику. Так, закупочная логистика — это управление ма­териальными потоками в процессе обеспечения предприятия сырьем и материалами. На этом этапе выбираются пути, заключаются договоры и контролируется их исполнение, принимаются меры в случае нарушения условий поставки.

Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока осуществляется с помощью различных транспортных средств, а транспорт — это связующее звено между элементами логистических систем.

Транспортная логистика — это перемещение требуемого количества товара в нужную точку оптимальным машрутом за требуемое время и с наименьшими издержками.

Результат использования транспортной логистической системы — высокая вероятность выполнения «шести правил логистики»: нужный груз, в нужном месте, в нужное время, в необходимом количестве, необходимого качества, с минимальными затратами.

К задачам, решаемым транспортной логистикой, специалисты относят:

* -    создание транспортных систем, в том числе транспортных коридоров и транспортных цепей;
* -    обеспечение технологического единства транспортно-складского процесса;
* -    совместное планирование транспортного процесса со складским и производственным;
* -    определение рационального маршрута доставки груза;
* -    выбор типа и вида транспортного средства и др.

На уровне логистического менеджмента предприятия управление транспортной логистикой состоит из нескольких основных этапов:

* -    выбор способа транспортировки;
* -    выбор вида транспорта;
* -    выбор транспортного средства;
* -    выбор перевозчика и логистических партнеров по транспортировке;
* -    оптимизация параметров транспортного процесса.

Существуют два основных подхода к организации транспортного процесса:

1. традиционный;
2. логистический, с участием оператора мультимодальной перевозки.

В Республике Казахстан этот инструмент также может принести существенный экономический эф­фект для индустриального рывка:

* во-первых, это стимулирующее логистическое обслуживание действующих и новых предпри­ятий в рамках ГП ФИИР РК. Сюда можно отнести ускорение, упрощение и удешевление внутренних перевозок при снабжении производства сырьем, доставку готовой продукции до потребителя, транс­портировку на дальние расстояния, в труднодоступные районы;
* во-вторых, это национальные экспертные услуги, т.е. логистика, стимулирующая привлечение транзита через территорию Казахстана;
* в-третьих, логистика, способствующая активизации инвестиционных процессов в экономике страны, т. е. внешние эффекты логистики, когда иностранный партнер принимает решение о реализа­ции инвестиционных проектов на территории Казахстана благодаря развитой логистической системе.

На 25-м пленарном заседании Совета иностранных инвесторов Президент Казахстана объявил о начале реализации проекта «Казахстан — Новый Шелковый путь»:*«Казахстан должен возродить свою историческую роль и стать крупнейшим деловым транзитным хабом Центрально-Азиатскогорегиона, своеобразным мостом между Европой и Азией... Это создание на ключевых транспортных коридорах Казахстана единого комплекса хабов международного уровня — торгово-логистического, финансово-делового, инновационно-технологического и туристического».*

Вице-президент по логистике АО «НК «КТЖ» презентовал стратегию транспортно-логистической системы Казахстана в свете реализации масштабного проекта «Казахстан - Новый Шелковый путь». Им отмечена важная роль партнерства между бизнесом и властью в реализации транспортно-логистического потенциала Казахстана.