

ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТОВАРНЫХ ГРУПП В ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСКОМ СЕКТОРЕ

В данной статье речь идет об оказании логистических услуг в сфере обращения. Выделяются и описываются характерные особенности работы с клиентом логистического оператора в зависимости от их товарной специализации. Обобщается практический опыт как отечественных, так и зарубежных торговых сетей по продвижению различных товарных групп. Такой взгляд будет интересен и специалистам в области ритейла, и студентам, изучающим логистику.

The article describes the commerce logistic services. The specific dealership character of the logistic operator and product line client is described and singled out. Native and foreign distribution networks skills of promoting commodity group are summarized. Retail experts as well as students may take interest in this point of view.

Требования клиентов к уровню логистического сервиса растут с каждым днем. Чтобы организовать оптимальное обслуживание клиентов в условиях возрастающей конкуренции, логистическим операторам нужно четко представлять, что можно и нужно предлагать различным целевым группам.

Крупный логистический оператор на этапе перевозки и хранения может предоставить широкий спектр стандартных услуг. При этом необходимо вместе с клиентом четко определить требования к доставке, хранению и обработке продукции с учетом особенностей работы клиента. Еще одно обязательное условие – специализация клиента, которая зависит от того, какие классические услуги или товарные группы он предлагает рынку. Особого внимания заслуживают принципы работы логистического оператора с торговыми сетями и применяемые при этом технологии.

В настоящее время стандартный пакет логистических услуг включает в себя доставку, таможенные процедуры, ответственное хранение, предпродажную подготовку, кросс-докинг и дистрибуцию по стране.

Предпродажная подготовка как логистическая услуга позволяет клиентам исключить дополнительные затраты на транспортировку со склада к месту предпродажной подготовки и погрузо-разгрузочные работы. Она включает следующее:

- сортировку, маркировку;
- подготовку товаров к рекламным и маркетинговым акциям;
- упаковку и составление наборов, в том числе упаковку продукции нестандартного формата;
- упаковку в термоусадочную пленку;
- стикеровку.

Эти услуги на сегодняшний день являются базовыми и нужны всем клиентам. В последнее время все более востребованной становится такая логистическая услуга, как обработка бракованной продукции, т. е. переборка и сортировка, выборка из партии товара негодных к продаже образцов.

Рассмотрим подробнее особенности логистического обслуживания различных товарных групп в транспортно-складском секторе.

Специфика работы с таким сегментом, как *аксессуары, белье и одежда*, заключается в большом количестве артикулов (более 20 тыс.) и частой смене продуктовой линейки, обусловленной сменой коллекций в зависимости от изменения модных тенденций. Можно себе представить огромный объем работы для логистического оператора: четыре времени года, у каждого клиента разрабатываются новинки одежды и аксессуаров, а соответственно, и ассортимент.

Поэтому у большинства предприятий, которые оказывают логистические услуги по аксессуарам, белью и одежде, на первом месте стоит не проблема доставки, а проблема контроля на погрузке: соответствие артикулов и размеров на бирках, вшитых в одежду, ярлыкам с ценой и сопровождающим документам. Таким образом, логистический оператор должен предлагать своему клиенту, в первую очередь, стопроцентную поштучную приемку и комплектацию. Необходимо оптимизировать технологию размещения такой продукции как в транспортном секторе, так и на складе. В этом случае речь может идти об использовании разноразмерных ячеек, вешал и т. п. Очень важным фактором является использование квалифицированного персонала, знакомого со

спецификой обработки подобных товаров. Если это не будет сделано, то обработка товара будет дорогой и сложной для самого логистического оператора.

Для защиты от воровства продукции, т. е. от вскрытия и проникновения, грузовые места должны быть упакованы, оснащены магнитными датчиками и другими системами защиты. Обязательно должны присутствовать транспортные стикеры и упаковочные листы на каждом коробе или заказе. Эти меры помогут ускорить приемку груза в магазинах клиента, чтобы не проверять поштучно количество товара.

Товарная группа *повседневного спроса* требует от логистического оператора учета сроков годности продукции, соответственно, сроков поставки, и предъявляет повышенные требования к санитарному состоянию транспортного средства и логистического центра. Для товаров животного происхождения необходима выписка ветеринарных свидетельств, а также жесткое соблюдение температурного режима и товарного соседства. Логистический оператор сможет удовлетворить требования клиентов, если организует ветеринарный пост на территории логистического центра и работающий там ветеринарный врач сможет подтверждать качество продукции и организовывать все необходимые мероприятия для обеспечения ветеринарного контроля. При этом обязателен и пестицидный контроль (наличие инсектицидных ламп, ловушек для грызунов и т. д.).

Для разных конечных получателей используются различные критерии товаров. Для каналов отгрузки используются различные принципы подбора (FIFO, LIFO), партионный учет продукции. При хранении продуктов питания особое значение приобретает блокирование реализации товара с критическими сроками годности. Каждый заказ должен быть снабжен необходимыми сертификатами и удостоверениями качества.

Система температурного контроля включает в себя как специально выделенную зону с установленными системами обеспечения поддержания заданных температур, так и оборудование в виде термогигрометров, которое помогает фиксировать в помещении заданную температуру и влажность.

Большинству клиентов, которые работают с розницей, необходим полный спектр услуг по предпродажной подготовке, включающий в себя микширование вкусов, формирование метроянитов, упаковку и переупаковку, стикеровку, маркировку. Логистический оператор в этом случае предоставляет клиенту даже не услугу, а инструменты для увеличения продаж. При отправке товаров на экспорт необходимо оформление документов, подбор дат производства и т. п.

Рекламная группа товаров отличается большим количеством артикулов. Ассортиментная линейка меняется в зависимости от акций, частоту которых определяет отдел маркетинга клиента. В основном это разногабаритный груз, не поддающийся стандартизации: его размеры могут варьироваться от небольшой листовки до крупногабаритного подиума, и соответственно, для его транспортировки необходим индивидуальный подход в выборе транспортных средств. Все это создает определенные сложности в планировании объемов перевозки и обработки на последующие периоды.

Таким образом, логистический оператор может выполнять следующее:

- Предлагать подбор штучный или коробочный (подбор плакатов, листовок, сувениров и т. п.).
- Составлять комплекты из нескольких артикулов (во время проведения рекламных кампаний очень актуально формирование наборов).
- Предлагать упаковку паллет в черную пленку, которая используется как для обеспечения безопасности доставки, так и для предотвращения утечки информации о маркетинговых акциях (приходится работать с грузом повышенного контроля, когда в качестве сувениров используются достаточно дорогие ручки, зажигалки и другой товар; особого внимания при упаковке требует хрупкий товар).

У такой продукции, как *садовая техника, оборудование, товары для дома и сада*, ярко выражена сезонность с февраля до конца лета. Упаковка таких грузов разногабаритная, нестандартная. Несмотря на большое количество артикулов, объем перевозок и хранения товара каждого определенного артикула незначительный. Кроме того, в ассортиментную группу входят еще мототехника и мини-тракторы, и логистический оператор должен обеспечить их хранение, погрузку и разгрузку.

При этом требуется оптимизировать затраты на обработку таких грузов, поэтому логистический оператор может предложить хранение до четырех артикулов на одной паллете, в том числе и на верхних ярусах; в этом случае подбор заказа осуществляется высотными комплектовщиками. Внимание требуется и при обработке негабаритных грузов (бухт шлангов, товаров, габариты которых измеряются погонными метрами).

Логистическому оператору нужно быть готовым к тому, что доставка садово-огородного ассортимента в торговые сети должна соответствовать их требованиям по упаковке и маркировке. Предпродажная подготовка обязательна, она включает в себя как стандартные операции, так и вложение гарантийных талонов. Работа с возвратами в этой товарной группе – отдельная «головная боль» для логистических операторов, так как по окончании сезона продукцию нужно принять на хранение от разных магазинов. Хорошо, если товар возвращается в товарном виде, с сохранением маркировки, упаковки, но чаще из магазинов товар приходит с разными ценниками.

В целом, логистическое обслуживание садовой техники, оборудования, товаров для дома и сада – это достаточно трудоемкий и хлопотный процесс.

Специфика работы с *моторными (индустриальными, промышленными) маслами* заключается в том, что масла разлиты в бочки, канистры и другие емкости. Главное отличие при их транспортировке и складской обработке от других товаров заключается в повышенных требованиях к технике безопасности. Определенные требования, в частности, возложены на перевозчика в рамках выполнения Соглашения о международной дорожной перевозке опасных грузов (1980 г.).

Специалисты логистического центра должны работать в специальной обуви и касках. Некоторые компании требуют не только проведения обязательного инструктажа, но и экзамена для персонала транспортной организации и логистического центра по всем стадиям работы с их продукцией.

Следует заметить, что целесообразно перестроить часть логистических процессов для того, чтобы эффективно обрабатывать этот ассортимент. Учетной единицей масел является литр. Для отслеживания распространения товара по каналам дистрибуции используются скрытые метки, которые наносятся на товар в логистическом центре и видны только в ультрафиолетовом излучении. При работе с разными категориями брака, включая слив, используются специальные реагенты.

Предпродажная подготовка канистр заключается в протирании канистры от потеков и стикеровке в соответствии с требованиями торговых сетей.

Следующая товарная группа – *бытовая техника и электроника*. У этого дорогостоящего товара большая номенклатура и различная кубатура: крупно-, средне- и мелкобытовая техника. Он требует ручной разгрузки и погрузки, значительные отличия есть и при обработке крупногабаритной и мелкогабаритной техники.

Логистический оператор может предложить в этом случае различные типы доставки (контейнерная, сборная) и размещения товара (стеллажное, мелкоячеестое). Возможно выделение в логистическом центре зоны хранения ценных товаров и оснащение ее аппаратурой для видеонаблюдения за процессом сборки заказов или специалистами службы охраны, чтобы минимизировать потери от воровства.

Учет бытовой техники и электроники ведется как в штуках, так и кубических метрах. При приемке продукции проводится специальная стикеровка. Для доставки в торговые сети оператору необходимо вложить гарантийные талоны, сформировать наборы для промоакций.

Еще одна специфическая деталь – работа с серийными номерами для обеспечения возврата товара по гарантии и отбракованного товара (поэтому в отгрузочных документах указываются и серийные номера продукции). В торговых сетях, работающих с бытовой техникой и электроникой, достаточно подробно прописываются задачи логистического оператора по работе с бракованной продукцией.

Специфика такой товарной группы, как *запасные части*, заключается в большом количестве артикулов (более 20 тыс.). Этот товар разногабаритный: от аксессуаров до крупных кузовных частей. В некоторых группах запасных частей отсутствует маркировка.

Логистический оператор организует различные способы доставки (сборный, контейнерный, малыми транспортными средствами) и хранения (стеллажное, мелкоячеестое, напольное хранение, зона ценных товаров, спецоборудование для хранения особо крупных запасных частей).

Здесь необходима упаковка грузовых мест в специальные ящики. Для обеспечения безопасной транспортировки применяется крепление запасных частей к паллете стреппинг-лентой.

Зачастую у ряда предприятий, торгующих запасными частями, возникает необходимость в замере объемно-весовых характеристик товара, чтобы они могли оптимально использовать собственный или заказанный транспорт, поэтому в логистическом центре должен быть весовой инструментарий (разновесовой, от 1 до 1 000 кг).

Логистический оператор комплектует наборы из разных артикулов по предварительному заказу от магазинов, формирует транспортные стикеры и в обязательном порядке упаковочные листы на каждый короб или заказ.

Помимо этого, отдельным вопросом является работа логистических операторов с торговыми сетями. Специфику *работы с торговыми сетями* можно показать на примере торговых сетей «Сделай сам» – магазинов товаров для дома, строительства и ремонта, считающихся в настоящее время самым быстрорастущим сегментом розничной торговли, которые работают с большим количеством артикулов.

В торговых сетях используется разногабаритная и нестандартная упаковка груза. Логистический оператор может организовать различные виды транспортировки и хранения для различных групп товаров, обработку негабарита, в том числе длинномеров (вагонка, линолеум) с использованием спецтехники и оборудования. Особого внимания требует работа с хрупким товаром. Здесь востребованы различные кросс-докинговые схемы (паллетная, с пересчетом, pick-by-line).

Перед отгрузкой товара должны быть проверены штрихкоды и проведена внутритарная проверка. Для оптимального заказа транспортного средства оператору нужно снять объемно-весовые характеристики собранных грузовых мест.

В Республике Беларусь к формату магазинов товаров для дома, строительства и ремонта можно отнести следующие сети: «Агава», «Мегастрой», «Ома», «Агора», «Практик», «А-Квадрат», «Алми», «Алиди», «Аксон», «Арди-Строй», «Армада», «Баукрафт», «Выбор», «Баумаркет», «Декорум», «Город мастеров», «Декорум», «Мир обоев», «Паркет Холл», «Строймаркет», «Твой Дом», «Уютterra», *ОВИ* и т. д.