

Обоснование выбора перевозчика производственной или торговой фирмой в инновационной экономике

Павлова В.В.

Белорусский национальный технический университет

Предприятие, использующее в своей деятельности принципы и методы транспортной логистики, имеет неоспоримое преимущество перед конкурентами, не владеющими таковыми. Логистический подход предполагает постоянный и тщательный мониторинг ситуации на рынке автомобильных перевозок, что позволяет сделать транспортную работу предприятия более эффективной, а саму фирму более конкурентоспособной. Зачастую предприятия не осваивают и, соответственно, не внедряют в практическую деятельность логистические методы определения перевозчиков, упуская тем самым возможность более выгодной коммерческой работы с транспортными компаниями.

Выбор перевозчика (экспедитора) производственной или торговой фирмой заключается в: поиске и отборе потенциальных перевозчиков сырья, материалов, комплектующих изделий, готовой продукции и оценке перевозчика с точки зрения обеспечения доставки товаров с требуемым уровнем качества. При выборе перевозчика наиболее важными факторами являются: своевременность доставки, ставки оплаты, география бизнеса, время в пути, возможность отслеживания перевозки, внимательное обращение с грузом, финансовое состояние перевозчика, возможность доставки «от двери до двери», тип оборудования, удобное расписание, рассмотрение претензий, страхование грузов, возможность электронного обмена данными и другое. Отныне предприятие не «замкнуто» на конкретных перевозчиках, а имеет возможность выбирать, ориентируясь на их репутацию на рынке перевозок. В отношении перевозчиков, с которыми компания совершает большинство своих сделок, имеет смысл использовать «систему рейтинга перевозчиков». Процедура оценки выбора перевозчика клиентом предусматривает несколько этапов:

1) присваивается ранг (r_j) конкретному показателю по степени важности для клиента.

2) определяется вес (весовой коэффициент) a_j для каждого показателя, полученного из расчета общего количества факторов n , поделённого на соответствующий ранг;

3) производится ранжирование критериев выбора перевозчика и собственно сам выбор транспортной компании.