

МЕТОДЫ ВЫБОРА ПЕРЕВОЗЧИКА НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Холупов Олег Владимирович,

*Научный руководитель - канд. техн. наук, доцент В.С.Холупов
(Белорусский национальный технический университет)*

Выбор перевозчика, при организации смешанных перевозок, является важным вопросом. Рассматриваются методы, которые можно использовать при выборе перевозчика на рынке транспортных услуг.

Проблема выбора оптимального варианта транспортно-экспедиционных услуг с особой остротой встает на рынке смешанной междугородной и международной доставки товаров. И прежде всего в тех ситуациях, когда услуги, например, перевозчика или складского терминала, хотя и нужны покупателю, но сами по себе в отдельности не представляют ценности для потребителей. И только экспедиторы, объединив эти услуги, выставляют на продажу систему услуг, которая в состоянии удовлетворить реальные потребности покупателя. Таким образом, экспедиторы, по сути дела, занимаются перепродажей услуг перевозчиков, складских терминалов и т.п. Поэтому проблему выбора производителя услуг можно рассматривать как проблему выбора рыночного партнера, то есть автотранспортных предприятий, терминалов и т.п., предлагающих к продаже одинаковые услуги.

В матричном методе решение задачи выбора перевозчика связывается с анализом конъюнктуры рынка (степени дефицитности и стоимости услуг, наличия альтернативных каналов приобретения, частоты предложения и т.п.). Для формализации процедур выбора перевозчиков по критерию минимума расходов при оценке стоимости приобретения услуг перевозчиков предлагается применять матрицу, по строкам которой указываются объемы заказа и условия поставки (партионность, частота,

гарантированные периоды, транспортные средства и упаковка, оказываемые услуги и т.п.), по столбцам — производители одноимённых услуг (перевозчики), а на пересечений строк и столбцов — уровень свойства транспортной услуги, которому отдают предпочтение заказчики (цена услуги, тариф и т.д.). Определяя наименьшие затраты по столбцам, покупатель может выбирать потенциального перевозчика. Окончательный выбор производится с учетом характеристик уровня качества обслуживания, которые могут быть оценены по балльной системе. Недостатком данного метода является сложность формализации.

Суть метода стоимостной оценки заключается в том, что выбора перевозчика предполагается обусловленным стремлением торговой фирмы к оптимизации стоимости товара и определяется переменной прибыли фирмы. Выбор определяется стремлением торговой фирмы максимально увеличить прибыль за счет оптимального сочетания параметров перевозки и товарного рынка. Для этого можно воспользоваться формулой для определения прибыли для k -рынка при i процентной ставке за день, предложенной проф. Миротиным Л.Б.

Метод, учитывающий технологические параметры. Выбор перевозчика основан на связях между физическими параметрами груза (масса, объем, способность портиться, отношение его стоимости к весу) и системы перевозки (скорость, частота перевозок и т.п.), то есть выбор перевозчика определяется технологическими параметрами. Отбор параметров осуществляется, исходя из эмпирических соображений. Наиболее часто используемыми параметрами являются масса отправления груза, расстояние перевозки, стоимость за тонну, вид предмета торговли, годовой тоннаж перевозимого предмета торговли, тариф за перевозку, время перевозки, степень надежности. Многие из параметров относятся больше к товару, чем к фирме. Ни один из вышеперечисленных параметров, взятых по отдельности, не помогает вскрыть источник прибыли. Концепция первичной связи выбора перевозчика с товаром как предмета перевозки является

центральной в рассматриваемом методе. Метод не рассматривает тариф на перевозку как параметр, помогающий грузоотправителю осуществлять стоимостной анализ. Для метода это всего лишь один из параметров, описывающих процесс перевозки, что доказывает, тариф перевозчика не является определяющим параметром при выборе.

В рассмотренных методах выбора перевозчиков предполагается, что каждый потребитель рассматривает все альтернативы и каждый параметр, описывающий эти альтернативы, прежде чем сделать выбор. Однако на практике это допущение является нереалистичным, особенно в относительно сложных, ситуациях выбора, когда потребитель может попытаться упростить задачу выбора, исключая многие альтернативы и (или) параметры из рассмотрения. Одним из методов, допускающих исключение параметров, является метод элиминирования по параметрам. Вместо одновременного рассмотрения всех параметров перевозчика для оценки перевозчика, потребитель, проводит поиск параметров последовательным образом, исходя из тех параметров, которые считаются самыми значимыми, по отношению к менее значимым. В качестве параметров, описывающих перевозчиков, рассматриваются время перевозки, надежность времени прибытия в пункт назначения, частота перевозки, тариф на перевозку, исключение повреждений (порчи) и потерь (кражи), удобство времени отправления и т.п.

Выбор перевозчика осуществляется по двум основным параметрам заказа экспедитора на перевозку — его покупательной способности и требованием по надежности перевозки. Параметру покупательной способности соответствуют тарифы и скидки с тарифа выбираемых перевозчиков.

Надежность перевозки является более сложным параметром, его характеризуют время (сроки) перевозки, сохранность партии и потребительских свойств товаров при перевозке.