

1. Статистическое бюро Европейского союза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat>.
2. Яровой Г.О., Белокурова Е.В. Европейский союз для регионов : монография. М. : Норма, 2012.
3. Курочкин Д.В. Логистика и управление цепями поставок : практ. пособие. Минск : Альфа-книга, 2016.
4. Ocean Shipping Alliances: P3, G6, CKYH... Oh My! [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat> <http://www.shiplilly.com/blog/ocean-shipping-alliances-p3-g6-ckyh-oh-my/>.
5. Global B2C Ecommerce Sales to Hit \$1.5 Trillion This Year Driven by Growth in Emerging Markets [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.emarketer.com/Article/Global-B2C-Ecommerce-Sales-Hit-15-Trillion-This-Year-Driven-by-Growth-Emerging-Markets/1010575>.
6. Bruttoinlandsprodukt (BIP) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat> 1.

Milenki Valery, Ph.D. in Engineering, Associate Professor,
Kozlov Valery,
Belarusian Research Institute of Transport «Transtekhnika»,
(Belarus, Minsk), e-mail: tt.st.@post.mtk.by,
220005, Minsk, Platonov st., 22

ANALYSIS OF TRAFFIC FLOWS BETWEEN BELARUS AND THE EU AND THE MAIN FACTORS THAT INFLUENCE THE DYNAMICS OF THIS PROCESS

International and domestic practice of the analysis of conditions and factors influencing the processes occurring in the transport and logistics system of Belarus, shows that its development must take into account trends that are occurring in neighboring countries and in the world. This will help to identify new areas of work and support the system on a competitive level.

Keywords: flow factor; logistics; export volume of goods; import volume of goods; category of goods.

УДК 656.073.7

Павлова Вероника Владимировна, Белорусский национальный
технический университет (Беларусь, Минск),
кандидат экономических наук, доцент,
e-mail: niver07@mail.ru, 220013, г. Минск, пр-т Независимости, 65

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ ПЕРЕВОЗЧИКА ГРУЗОВ АВТОМОБИЛЬНЫМ ТРАНСПОРТОМ

Выбор перевозчика груза является сложной задачей, требующей тщательного многофакторного анализа множества условий, ситуации на рынке. Решение о выборе перевозчика груза нередко принимается по тому, насколько быстро и квалифицированно менеджер транспортной компании реагирует на предложение о совместной работе. Для того чтобы уменьшить вероятность ошибки при выборе перевозчика и повысить качество транспортировки, необходимо использовать специальные логистические методики.

Ключевые слова: перевозка; логистика; критерий; система; рейтинг.

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. Решение о выборе перевозчика груза нередко принимается по тому, насколько быстро и квалифицированно менеджер транспортной компании реагирует на предложение о совместной работе, далее сопоставляются возможности по производительности и уровню затрат при некотором уровне качества. Несмотря на имеющееся разнообразие логистических методик, большинство из них исходит из предпосылки, что затраты на оплату транспортных услуг – важный, но не единственный фактор, который надо учитывать при выборе автомобильного перевозчика. Предполагается, что кроме транспортного тарифа имеют значение условия перевозки (соответствие транспорта виду груза, предполагаемые сроки доставки, время прибытия под погрузку, контроль во время движения, замена транспорта при возникновении в этом необходимости), партнерские отношения (наличие договора, порядок оплаты, ответственность сторон), позиции на рынке (финансовая устойчивость, опыт, отзывы клиентов) и целый ряд других факторов. Выбор перевозчика (экспедитора) производственной или торговой фирмой заключается в поиске и отборе потенциальных перевозчиков сырья, материалов, комплектующих изделий, готовой продукции и др.; оценке перевозчика с точки зрения обеспечения доставки товаров с требуемым уровнем качества.

Если фирма решила, что производить перевозку собственными силами нецелесообразно, то поиск перевозчика проводится путем объявления конкурса, изучения соответствующих фирменных каталогов, анализа рекламных объявлений в печати, посещения выставок, ярмарок и т.п. Возможной является предварительная рассылка претендентам анкет, позволяющих составить представление о том или ином перевозчике. Анкета состоит обычно из трех частей: характеристика предстоящей транспортной работы (вид груза, объемы перевозок, маршруты); общие сведения о перевозчике-конкурсанте (наименование, адрес, контактная информация, режим работы); вопросы, на основании которых принимается решение о дальнейшей работе и возможности заключения договора. В результате формируется перечень потенциальных перевозчиков, по которому ведется дальнейшая работа. Параметры отбора могут быть различными, однако независимо от

специфики отрасли важнейшими являются надежность обслуживания и приемлемая цена обслуживания.

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 др.

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 [1].

Процедура оценки выбора перевозчика клиентом предусматривает несколько этапов:

1) присваивается ранг (r_i) конкретному показателю по степени важности для клиента. В западной практике при выборе перевозчиков часто используются специально разработанные ранговые системы показателей (табл. 1);

2) определяется вес (весовой коэффициент) (a_i) для каждого показателя, полученного из расчета общего количества факторов n , поделенного на соответствующий ранг:

$$a_i = \frac{n}{r_i}, \quad i = \overline{1, n}; \quad (1)$$

3) проводится оценка каждого показателя V_{ji} независимыми экспертами по пятибалльной шкале: 1 – отлично, 2 – хорошо, 3 – удовлетворительно, 4 – плохо, 5 – очень плохо, неудовлетворительно;

4) вычисляются рейтинги перевозчиков по каждому фактору с учетом весовых коэффициентов, рангов и оценок:

$$rt_{ji} = r_i \cdot a_i \cdot V_{ji}, \quad (2)$$

где rt_{ji} – рейтинг j -го перевозчика по i -му показателю;

V_{ji} – оценка j -го перевозчика по выполнению i -го показателя;

5) составляется таблица вида (табл. 2), проводится суммирование расчетных индексов, их сравнение и собственно выбор перевозчика. Простейшая схема выбора перевозчика с помощью ранжированных систем критериев заключается в прямом сравнении суммарного рейтинга перевозчиков.

Таблица 1

Ранжирование критериев выбора перевозчика

Критерии (показатели)	Ранг
Тарифы (затраты) транспортировки «от двери до двери»	1
Надежность времени доставки (транзита)	2
Общее время доставки «от двери до двери»	3
Готовность перевозчика к переговорам об изменении тарифа	4
Финансовая стабильность перевозчика	5
Наличие дополнительного оборудования (по грузопереработке)	6
Частота сервиса	7
Наличие дополнительных услуг по комплектации и доставке груза	8
Потери и хищения груза (сохранность груза)	9
Экспедирование отправок	10
Квалификация персонала	11
Отслеживание отправок	12
Готовность перевозчика к переговорам об изменении сервиса	13
Гибкость схем маршрутизации перевозок	14
Сервис на линии	15
Процедура заявки (заказа транспортировки)	16
Качество организации продаж транспортных услуг	17
Специальное оборудование	18

Таблица 2

Рейтинговая оценка и выбор перевозчика

Критерии	Ранг/вес	Перевозчики							
		1		2		...		m	
		Оценка	Рейтинг	Оценка	Рейтинг	Оценка	Рейтинг
1									
...									
n									
Суммарные показатели									

Примечание: n – количество критериев (показателей), взятых для отбора перевозчика; m – количество перевозчиков, удовлетворяющих логистическим требованиям к транспортировке определенного вида груза.

1. Сергеев В.И. Логистика. СПб. : СПбГИЭА, 1995.

Paulava Veranika, *Belorussian National Technical University (Belarus, Minsk), PhD in Economics, Associate Professor, e-mail: niver07@mail.ru, 220013, Minsk, Nezavisimosti av., 65*

LOGISTIC APPROACH TO THE CHOICE OF CARRIER OF GOODS BY ROAD

Selection of the carrier of the goods is a complex task, requiring thorough multivariate analysis of a multitude of conditions, the situation on the market. The choice of carrier of cargo are often taken by how quickly and skillfully transport company manager responds to proposal to work together. In order to reduce the likelihood of mistakes when choosing a carrier and to improve the quality of transportation, it is necessary to use special transportation methods.

Keywords: transportation; logistics; criterion; system; rating.

УДК 656.13

Шепелев Владимир Дмитриевич,
e-mail: info_at@mail.ru,
Подрядова Татьяна Евгеньевна,
e-mail: podryadova_tanya@mail.ru,
Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет) (Россия, Челябинск), 454080, г. Челябинск, пр-т Ленина, 76

ОСНОВНЫЕ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИИ И ЕС

Рассмотрены основные транспортно-эксплуатационные показатели Российской Федерации и Европейского союза. Проведенный анализ показателей позволяет сделать выводы о слабых и сильных сторонах российского рынка грузовых автомобилей.

Ключевые слова: технико-эксплуатационные показатели; грузоперевозки; грузооборот; ездка; производительность; порожний пробег; парк подвижного состава.

Роль транспортно-логистического комплекса в российской экономике довольно велика – он дает 5,6 % ВВП, что сравнимо с Индией и выше, чем у других членов БРИК и таких развитых стран, как Германия и США (табл. 1). Душевые показатели добавленной стоимости данного сектора в