

УДК 339.1

Харчук О.Г.*кандидат економічних наук, доцент кафедри
менеджменту залізничного транспорту
Державного університету інфраструктури та технологій***Безносько М.О.***студент
Державного університету інфраструктури та технологій*

КРИТЕРІЙ ВИБОРУ ПЕРЕВІЗНИКА ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

CRITERIA FOR CHOICE OF BUSINESS TRANSPORTATION

АНОТАЦІЯ

У статті розкрито критерії вибору перевізника для підприємства. Визначено переваги для споживача залежно від зміцнення тенденції диференціації послуг перевізника в умовах жорсткої ринкової конкуренції та обґрунтовано залежність ефективності та результативності діяльності промислових та комерційних фірм від удалого вибору перевізника. Розкрито ускладнення прийняття рішення для споживача стосовно вибору продавця послуг за комплексної системи послуг, що об'єднує можливості перевізника та складських терміналів. Наведено перелік критеріїв вибору перевізних послуг для потреб підприємства за їх важливістю та їх оцінку. Приведено схему вибору перевізника за допомогою рангових систем критеріїв, подібних приведеним, та рейтингову оцінку вибору перевізника.

Ключові слова: критерій, вибір перевізника, ринкова конкуренція, прийняття рішення.

АННОТАЦИЯ

В статье раскрыты критерии выбора перевозчика для предприятия. Определены преимущества для потребителя в зависимости от укрепления тенденции дифференциации услуг перевозчика в условиях жесткой рыночной конкуренции и обоснована зависимость эффективности и результативности деятельности промышленных и коммерческих фирм от удачного выбора перевозчика. Раскрыты осложнения принятия решения для потребителя по выбору продавца услуг при комплексной системе услуг, которая объединяет возможности перевозчика и складских терминалов. Приведены перечень критериев выбора перевозочных услуг для нужд предприятия по их важности и их оценка. Приведены схема выбора перевозчика с помощью ранговых систем критериев, подобных приведенным, и рейтинговая оценка выбора перевозчика.

Ключевые слова: критерий, выбор перевозчика, рыночная конкуренция, принятие решения.

ANNOTATION

The article reveals the criteria for selecting a carrier for an enterprise. The advantages for the consumer are determined depending on the strengthening of the tendency of differentiation of the carrier's services in the conditions of strict market competition and the dependence of the efficiency and effectiveness of the activity of industrial and commercial firms on the successful choice of the carrier is substantiated. The complications of making a decision for the consumer regarding the choice of the seller of services in the complex system of services, combining the capabilities of the carrier and warehouse terminals are revealed. The list of criteria for choosing transport services for the needs of the company is based on their importance and their assessment. The scheme of the choice of the carrier with the help of ranking systems of the criteria of such a reduced and rating of the carrier's choice is given.

Keywords: criterion, carrier selection, market competition, decision making.

Постановка проблеми. Економічне становище України нині зумовлює необхідність

швидких змін у різних галузях виробництва і послуг, впливаючи в галузі послуг перевезень на їх обсяги, а також на технічну, вантажну і комерційну роботу, вказує на поступове зростання прибутку і підвищення конкурентоспроможності переважно за рахунок удосконалення технологій та підняття рівня технічного оснащення всіх без винятку підрозділів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначені питання неодноразово висвітлювали у своїх роботах закордонні науковці. Серед них слід відзначити публікації Д. Бауерсокса, Дж.С. Джонсона, Д.Ф. Вуд, Д.Л. Вордлоу, П.Р. Мерфімол, Д. Уотерса, М.Р. Ліндерса, Х.Е. Фірона, М. Крістофера, Г. Зоммерера, А.А. Колобова, Л.Б. Міротіна, В.І. Сергеева, А.А. Смехова, І.Е. Тишбаєва.

Судячи з низки робіт українських учених, присвячених визначенню загальних критеріїв вибору перевізника, одностайності в оцінках немає. Так, вітчизняний учений В.П. Волков [6] виділив такі критерії, як якість, ціна послуг та імідж підприємства-виробника на ринку послуг, що виключає з розгляду внутрішню діяльність перевізника, а увага концентрується лише на факторах, зумовлених зовнішнім середовищем. Не враховував внутрішню діяльність перевізника у своїх дослідженнях і В.В. Турчак [10], виділяючи лише такі критеріальні показники, як вартість перевезень та показники якості, акцентуючи увагу на задоволенні потреб споживача. Іншу комбінацію факторів, задіяних в оцінюванні конкурентоспроможності послуг перевізника, запропонував О.В. Горбенко [1, який брав до уваги фактори, залежні від виробників, властивостей продукції та споживачів, а також задоволення потреб пасажирів та внутрішню діяльність перевізника, ігноруючи при цьому вплив зовнішнього середовища.

Тобто загальних критеріїв, які були б універсальними під час формування перевезення і водночас урахували інтереси підприємств та перевізників, сьогодні повністю не виявлено.

Мета статті полягає в обґрунтуванні рангу критеріїв вибору оптимального перевізника для підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність та результативність діяльності

промислових та комерційних фірм, які споживають транспортні послуги, значною мірою залежить від удалого вибору фірми-перевізника, оскільки нині затрати на транспортне експедиційне обслуговування не є вибором за абстрактними розрахунками, як це було за умов планової економіки, і його якісні параметри мають неабиякий вплив.

В умовах жорсткої ринкової конкуренції зміцнюється тенденція диференціації послуг перевізника (береться до уваги передусім фінансова спроможність споживача), тобто запропонований спектр різних рівнів якості послуг стає більш широким, надаючи можливість у різний термін часу купувати різні за якістю послуги для задоволення своїх потреб. Це для споживача є значною перевагою. Можливість вибору з ширшого діапазону та повне задоволення споживчих смаків з усім їх розмаїттям піднімає на вищий щабель якість надання зазначених послуг [9].

Водночас некероване розширення номенклатури послуг, перетнувши граничний рівень, замість полегшення може ускладнити прийняття рішення для споживача. Проблема вибору продавця послуг стане громіздкою. Наглядним прикладом цього можна вважати ринок змішаної міжміської та міжнародної доставки товарів. Велика кількість однотипних (або лише перевезення, або лише складське зберігання) послуг, запропонованих безліччю фірм, не викликає зацікавленості, тоді як експедитори, об'єднавши ці послуги, пропонують уже комплексну систему послуг, яка в змозі задовольнити реальні потреби покупця. Таким чином, експедитори об'єднуючи можливості перевізника та складських терміналів, по суті, перепродають ці послуги [5].

Для торгових фірм чи організацій виробників самостійне перевезення товарів, яке є економічно необґрунтованим, пошук перевізників починається з вивчення пропозиції ринку. Серед потенційних перевізників сировини та готової продукції, матеріалів, комплектуючих після вивчення та аналізу їх можливостей оголошується конкурс. З потенційно підходящими фірмами ведеться подальша робота з перевірки низки параметрів. Їх кількість може варіюватися від двох-трьох одиниць до двох-трьох десятків специфічних у різних економічних напрямках. Однак надійність обслуговування та доступна ціна є найбільш вагомими.

Під час оцінювання не менш зважають на дотримання термінів поточних та термінових перевезень, фінансовий стан та володіння перевізником достатніми транспортними резервами для якісного надання послуги.

Надійністю обслуговування вважається якісне виконання перевізником обов'язків за договором доставки з дотриманням обумовлених термінів та виконанням прописаних умов, що, безперечно, є гарантією якісного обслуговування споживача [8].

На ринку послуг свою нішу зайняли спеціалізовані агентства з перевірки діяльності фірм – постачальників послуг (у цьому разі перевізників) із підготовкою довідок про їх діяльність, часто використовуючи також інформацію з неофіційних джерел, що суттєво підвищує рівень об'єктивності оцінки.

Тож можна навести перелік критеріїв вибору перевізних послуг для потреб підприємства за їх важливістю під час проведення оцінки. Насамперед цікавляться вартістю послуг та їх якістю, швидкістю перевезень, наявністю сучасного автопарку. Значну увагу приділяють ефективності діяльності, надійності часу прибуття, наявності виробничих потужностей, досвіду роботи, а також фінансовій незалежності та рівню популярності.

Розглянемо основні критерії детальніше [2; 3].

Вартість послуг. Є основним критерієм і викликає найбільшу зацікавленість споживачів під час здійснення вибору, що зумовлене прагненням виробника мінімізувати витрати (не в останню чергу за рахунок послуг перевізників) через конкуренцію на ринку аналогічних товарів. Дуже часто споживач зупиняє свій вибір на перевізниках із мінімальною вартістю транспортних послуг, інколи навіть не оцінюючи подальші критерії.

Критеріальний показник і критерій у цьому разі збігаються і розраховуються за формулою (1):

$$C = S \times f, \quad (1)$$

де C – вартість перевезення, грн.;

S – відстань перевезення, км;

f – ставка, грн./км.

Час переміщення вантажу. Критерій більш вагомий від вартості послуги, коли замовник зв'язаний конкретними термінами доставки товарів, обумовленими в контракті. Мінімізація затрат на перевезення навряд чи варта загрози невиконання зобов'язань по контракту. Крім того, лімітовані терміни зберігання вантажів, вірогідність зменшення обсягів під час постачання спонукають до точного дотримання термінів доставки, що унеможливить у подальшому виникнення конфліктних ситуацій із покупцем або завдання збитків.

За критеріальний показник береться час здійснення одного рейсу як величина, середньозважена для кожної транспортної компанії. Для його визначення доцільно скористатися формулою (2):

$$t_1 = \frac{L_3}{V_3} + \frac{L_0}{V_0}, \quad (2)$$

де t_1 – час поїздки автомобіля, год.;

L_3 – відстань поїздки в звичайному режимі;

L_0 – шлях, на якому автомобіль рухається з обмеженою швидкістю, км;

V_3 – швидкість автомобіля в звичайному режимі, км/год.;

V_0 – швидкість на ділянках з обмеженнями, км/год.

Сучасність автопарку. Вважається споживачами менш вартісним, аніж попередні, але заслуговує на увагу як необхідна умова зберігання належного стану вантажу під час перевезень і виконання зазначених термінів доставки. Застарілий автопарк компанії є менш привабливим для споживача як такий, що несе потенціальну загрозу аварій, поломок, втрати часу і, як наслідок, можливого зниження якості або й утрати вантажу.

Критеріальним показником вважається вік автомобілів, визначений як середній по фірмі (3):

$$V = \frac{\sum_{p=1}^p V_p}{P_3}, \quad (3)$$

де V_p – вік автомобіля;

p – кількість автомобілів у компанії.

Якість наданих послуг. Є обов'язковим чинником під час вибору будь-якої послуги. Слід пам'ятати, що виграш у ціні за рахунок зниження якості може нести значні загрози якості продукції з подальшою виплатою неустойок. Авторитет фірми у покупців асоціюється саме з якістю пропонуваних послуг, тому сьогодні значна частина світових фірм акцентує увагу саме на цьому параметрі, підносячи його на першу позицію.

Зазначений параметр урахує можливі ризики для схоронності вантажу, збереження його зовнішнього вигляду, форми, герметичності або непошкодженості упакування та ін. Під час складення контракту обумовлюється можливість пред'явлення рекламаций покупцем у разі виявлення невідповідності якості доставленого вантажу специфікаціям.

Надійність часу прибуття. Є характеристикою компанії в плані стабільності дотримання задекларованих термінів перевезень. Зазначені мінімальні терміни, які можуть бути визначені за часом рейсу, не мають стовідсоткової гарантії виконання, тому вибирають критерій надійності часу прибуття. За недотримання цього часу передбачені штрафні санкції щодо продавця, які прописані в контрактах і зазвичай становлять 0,3% вартості невчасно доставленого вантажу, нараховані за кожен день затримки [4].

Ефективність діяльності. Не має безпосереднього впливу на вибір перевізника або стосунку до висунутих споживачем вимог. Але попри це прийняття рішення залежить від оцінки ефективності діяльності компанії. Висока ефективність стимулює зацікавленість її роботою, тоді як низькі показники породжують у менеджерів сумніви щодо доцільності співпраці з фірмою, яка свою діяльність не може добре організувати, тож вплив цього показника є досить сильним.

Критеріальним показником ефективності діяльності можна розглядати рентабельність (4):

$$P = \frac{D - R}{R} \times 100\%, \quad (4)$$

де P – рентабельність компанії, %;

D – доходи, тис. грн.;

R – витрати, тис. грн.

Фінансова незалежність. Це характеристика наявності та розмірів зовнішніх позик і, відповідно, залежності від них. Не маючи безпосереднього впливу на якість виконання перевезень, впливає на сприйняття компанії споживачем, демонструючи пряму залежність ризику неплатоспроможності компанії (результатом чого є невиконання зобов'язань) від кількості зовнішніх кредитів. Фінансова незалежність компанії свідчить на користь стабільної роботи компанії в можливих кризових ситуаціях, і навпаки, необхідність сплати кредитів за несприятливих обставин може стати причиною нестабільності.

Нижче наведена формула обчислення коефіцієнта автономії (5), який є критеріальним показником фінансової незалежності.

$$K_{\text{авт}} = \frac{KЗ}{ВК}, \quad (5)$$

де $K_{\text{авт}}$ – коефіцієнт автономії;

$KЗ$ – кредиторська заборгованість, тис. грн.;

$ВК$ – власні кошти, тис. грн.

Досвід роботи. Неоднозначна і суб'єктивна характеристика, з огляду на те, що досвід не завжди є запорукою кращої роботи компанії, адже молоді високотехнологічні компанії, які тільки завойовують ринок, можуть показувати значно кращі результати від «зубрів», які вже давно посіли стале місце на ринку. І все ж, як показує досвід, великий стаж роботи має і свої переваги: фірми з кращим знанням ринку, сталими зв'язками в уже завойованому сегменті мають більшу варіативність надання послуг для точнішого задоволення клієнтського попиту. Зваживши всі «за» та «проти», досвід роботи можна прийняти як один із критеріїв вибору перевізника.

Критеріальний показник досвіду роботи міститься у довідці про роботу компанії, тобто є часом її перебування на ринку.

Виробничі потужності. Критерій відображає розмір вибраної споживачем компанії, дає уявлення про її стійкість до постійно мінливої ринкової ситуації (прямо пропорційна до величини компанії). Зазвичай більші компанії пропонують більш широкий спектр послуг і, що найбільш приваблює споживача, більш вигідні угоди. До того ж значні потужності компанії, великий автопарк є ще однією перевагою у разі виникнення критичних ситуацій, коли можна переорієнтувати незадіяні автомобілі на напружену ділянку [2; 3; 11].

Популярність. Має великий чисто психологічний вплив під час вибору товарів та послуг. У пошуку перевізника так само перевага буде надана відомій компанії перед невідомою. Усвідомлення того, що більшість споживачів використовує саме цей товар (послугу), переважає вірогідність того, що маловідома компанія може пропонувати якісніші послуги. Відсутність реклами виробника породжує недовіру споживача і, як наслідок, незначний попит [4].

Кількісні критерії популярності тієї або іншої компанії визначити важко. Лише відома і зафіксована оцінка споживача може служити її показником.

Рівень популярності можна визначити множенням бальної оцінки в конкурентному середовищі на вагу даного критерію під час вибору перевізника. Найвищим балом популярності характеризуються перевізники з найвищими рівнем надійності. Схема вибору перевізника за допомогою ранжувальних систем критеріїв, подібних приведеним у табл. 1, полягає у прямому порівнянні сумарного рейтингу перевізників, отриманого за алгоритмом [7].

Припустимо, що логістичним менеджером як критерії вибору прийняті з табл. 1:

- надійність часу доставки (1);
- тариф на перевезення (2);
- фінансова стабільність перевізника (5);
- схоронність вантажу (9);
- відстеження відправлень (12).

Таблиця 1
Основні критерії вибору перевізника

Зміст критерію	Ранг
Надійність часу доставки	1
Затрати на транспортування (тариф на перевезення)	2
Загальний час доставки	3
Готовність перевізника до змін тарифів	4
Фінансова стабільність перевізника	5
Наявність додаткового устаткування вантажопереробки	6
Наявність додаткових послуг по комплектуванню і доставці	7
Збереження вантажу (втрати і розкрадання)	8
Експедирування	9
Кваліфікація персоналу	10
Моніторинг	11
Готовність перевізника до змін сервісу	12
Гнучкість маршрутів	13
Пакетний сервіс	14
Процедура замовлення	15
Якість організації продажу транспортних послуг	16
Спеціальне устаткування	17

Джерело: доопрацьовано авторами на основі [7, с. 110]

Зазначені в дужках величини – відповідні ранги факторів. Проаналізувавши наявний ринок транспортних послуг, виявили, що для транспортування визначеного виду вантажу лише три (припустимо) компанії-перевізника відповідають логістичним вимогам. Усі вони задовольняють критерії обраної системи факторів оцінювання. Рівень їх відповідності незалежні експерти надали за трибальною шкалою: 1 – добре, 3 – задовільно, 2 – погано.

За кожним фактором відповідно проведено обрахування рейтингів перевізника, які наведено в табл. 2. Під час обчислення враховуються вагові коефіцієнти, отримані з розрахунку загальної кількості факторів, діленого на відповідний ранг. У цьому разі, незважаючи на отриманий за оцінкою експертів однаковий для всіх сумарний рейтинг (сума балів 10), урахування рангу фактора з ваговим коефіцієнтом показало, що перевага має бути надана перевізнику 1 [12].

Алгоритм, наведений вище, є найпростішим і його сміливо можна використовувати для здійснення попереднього оцінювання.

Для остаточного вибору зазвичай застосовуються більш складні кількісні методи і моделі, що засновані, наприклад, на теоретичному апараті дослідження операцій та методах функціонально-вартісного аналізу і т. п. [13].

Під час аналізу перевізника також важливим є врахування експедитора, що за винагороду і за рахунок відправника вантажу або вантажоодержувача зобов'язується самостійно виконати або організувати виконання визначених послуг:

- організацію перевезень по маршруту;
- укладання договору перевезення;
- забезпечення відправлення й одержання вантажу;
- одержання й оформлення документів для експорту-імпорту вантажів;
- виконання митного очищення й інших формальностей;
- контроль над станом і кількістю вантажу;
- контроль вантажно-розвантажувальних робіт;
- сплата мита, зборів та інших витрат із транспортування;
- контроль над збереженням, складуванням, сортуванням, комплектацією вантажів;

Таблиця 2

Рейтингова оцінка і вибір перевізника

Фактор-критерій	Ранг/вага	Перевізники					
		1		2		3	
		оцінка	рейтинг	оцінка	рейтинг	оцінка	Рейтинг
Надійність термінів доставки	1/5	3	15	1	5	2	10
Тариф за перевезення	2/2.5	1	5	2	10	3	15
Фінансова стабільність перевізника	5/1	1	5	3	15	2	10
Схоронність вантажу	9/0.55	3	14.85	2	9.9	2	9.9
Відстеження відправлень	12/0.42	2	10.08	2	10.08	1	5.04
Рейтинг		10	44.93	10	49.98	10	49.94

Джерело: складено авторами на основі [8]

– надання інформаційних, страхових і тому подібних послуг.

Висновки. Отже, за допомогою критеріїв вибору перевізника, таких як вартість послуг, час переміщення вантажу, сучасність автопарку, якість наданих послуг, надійність часу прибуття, ефективність діяльності, виробничі потужності, досвід роботи, фінансова незалежність та популярність, автотранспортна компанія вибирає перевізника для обслуговування споживачів на зовнішньому ринку. А від правильного вибору перевізника залежить результативність діяльності підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горбенко О.В. Логістика : [навч. посіб.] / О.В. Горбенко. – Київ : Знання, 2014 – 315 с.
2. Зубар Н.М., Григорак М.Ю. Логістика у ресторанному господарстві : [навч. посіб.] / Н.М. Зубар, М.Ю. Григорак. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 312 с.
3. Економіка та управління підприємством: сучасні підходи, методи та моделі : [колект. моногр.] / К.Л. Ларіонова [та ін.] ; за ред. канд. екон. наук, доц. К.Л. Ларіонової. – Кам'янець-Подільський : Медобори-2006, 2013. – 494 с.
4. Крикавський Є.В. Логістика: компендіум і практикум : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Є.В. Крикавський. – К. : Кондор, 2009. – 340 с.
5. Іщенко Н.М. Маркетинг транспортних послуг : [навч. посіб. для студ. спеціальності «Економіка підприємства»] / Н.М. Іщенко. – Миколаєв : ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. – 272 с.
6. Логістика : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / В.П. Волков [та ін.]. – Запоріжжя, 2010. – 356 с.
7. Логістика : [навч. посіб. для студ. екон. спец.] / О.Б. Білоцерківський [та ін.]. – Х. : НТУ «ХПІ», 2010. – 152 с.
8. Миротин Л.Б. Транспортная логистика : [учебник для транспортных вузов] / Под. общей редакцией Л.Б. Миротина. – М.: Экзамен, 2003. – 512 с.
9. Смиричинський В.В. Навчально-методичний посібник з дисципліни «Логістика» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» за напрямом підготовки 0502 «Менеджмент» / В.В. Смиричинський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2008. – 221 с.
10. Турчак В.В. Організація управління логістичною системою підприємства : дис. ... канд. екон. наук / В.В. Турчак ; Вінниц. торг. – екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – Вінниця, 2011. – 264 с.
11. Александровський А.О. Інструментарій визначення ефективності конкурентоспроможності перевізних послуг підприємства / А.О. Александровський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.inter-nauka.com/>.
12. Іванов С.В. Управління сучасним підприємством / С.В. Іванов // IX Міжнародна науково-практична конференція «Управління сучасним підприємством» (25–26 квітня 2013 р.) ; редкол. : С.В. Іванов [та ін.]. – Київ : НУХТ, 2013. – 243 с.
13. Методичний посібник для проведення лекційних занять з дисципліни «Системний аналіз і прийняття інноваційних рішень» (для студентів-магістрів денної форми навчання напрямку «Менеджмент» спеціалізації «Управління інноваційною діяльністю») / Укл.: Г.С. Нагорняк. – Тернопіль : ТНТУ, 2017. – 260 с.