

УДК 33

DOI 10.21661/r-470801

М.С. Куликова, А.А. Степанов

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКСПЕДИТОРСКИХ УСЛУГ

Аннотация: в данной работе авторы рассмотрели вопрос оценки эффективности предоставления международных экспедиторских услуг. Авторы пришли к выводу, что в настоящее время работа транспортно-экспедиторской компании на международном уровне является сложным процессом организации предоставления комплексной услуги и привлечения клиентов в условиях острой рыночной конкуренции.

Ключевые слова: оценка эффективности, предоставление, международные экспедиторские услуги.

M.S. Kulikova, A.A. Stepanov

PERFORMANCE EVALUATION OF INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDING SERVICES PROVIDING

Abstract: in this paper the authors examined the issue of assessing the effectiveness of providing international freight forwarding services. The authors concluded that at present the work of a freight forwarding company at the international level is a complex process of organizing an integrated service and attracting customers in conditions of acute market competition.

Keywords: efficiency assessment, provision, international forwarding services.

Учитывая географическое положение Российской Федерации, сегодня на рынке транспортных услуг она стабильно поддерживает и интенсивно развивает отношения с многочисленными зарубежными партнерами как в Европе, так и Азии, а также в определенной степени является транзитным государством. Это обуславливает интерес в построении и изучении международных логистических систем с участием России. Особенностью международных перевозок, которые

могут осуществляться различными видами транспорта, является то, что они осуществляются в соответствии со специальными международными документами – конвенциями и соглашениями. Предмет регулирования таких международных договоров составляют порядок и правила транспортировки грузов или перевозки пассажиров, а также гарантии безопасности и требования к их перемещению. Поскольку Россия стала полноправным участником международных перевозок в условиях капиталистических отношений сравнительно недавно, деятельность наших предприятий на рынке экспедиторских услуг зачастую сопряжено с недостаточным применением или неэффективностью их маркетингового обеспечения. Среди недостатков управления международными транспортными перевозками можно отметить:

1. Несовершенство стратегического и тактического управления транспортно-экспедиторской деятельностью в стране.
2. Очень низкий уровень применения инструментов маркетинга.
3. Несогласованное применения маркетинговых инструментов и логистических принципов в процессе деятельности на рынке транспортно-экспедиторских услуг [1].

Указанные факторы приводят к тому, что усиление процесса интернационализации и интеграции российского рынка к европейскому и мировому сопровождается потерей транспортно-экспедиторскими компаниями конкурентных позиций в пользу зарубежных компаний, которые имеют больший опыт использования инструментов маркетинга в своей деятельности. Это подтверждает необходимость проведения глубоких исследований оценки эффективности транспортно-экспедиторских услуг и разработки практических рекомендаций по внедрению в деятельность транспортно-экспедиторских предприятий эффективных рыночно ориентированных методов работы.

Сегодня транспортно-экспедиторское обслуживание составляет часть экономической деятельности, в частности, процесса движения товара от производителя к потребителю, включающее выполнение работ и операций, необходимых для организации процесса качественной перевозки. Согласно

другому определению, в котором услуги экспедирования рассматриваются с юридической точки зрения, экспедитор – это субъект хозяйствования, который по поручению клиента и за его счет выполняет или организует выполнение транспортно-экспедиторских услуг, определенных договору транспортного экспедирования [2]. Следует отметить, что в приведенных определениях недостаточно раскрывается роль услуги экспедирования в системе экономических отношений рынка. Международное экспедирование представляется как организована в правовом, экономическом, техническом и технологическом отношениях система, которая, используя различные виды транспорта и транспортную инфраструктуру, обслуживает экспортные, импортные потоки грузов, а также осуществляет экспорт транспортных услуг на зарубежные рынки. Однако, предложенное определение не учитывает важность обеспечения экспедитором эффективного взаимодействия между субъектами рынка транспортно-экспедиторских услуг.

Для определения уровня возможностей маркетингового обеспечения международной транспортно-экспедиторской услуги предложено выделить следующие свойства этой услуги [3]: услуга не существует до момента ее предоставления и характеризуется неосвязаемостью, – что делает невозможным ее предварительное тестирование и затрудняет ее оценку потребителем; предоставление услуги, как правило, состоит из комплекса более мелких операций, формирующих ее потребительскую ценность; заказчик услуги практически не участвует в процессе ее осуществления;– осуществление услуги часто сопровождается изменением заказчиком услуги права собственности на объект услуги (товар, экспедируемого); услуга имеет потребительскую ценность только в определенное время на конкретном– направлении перевозки, что значительно ограничивает возможности ее замещения на рынке; услуга характеризуется сложностью ее приспособленности к изменениям и колебаний спроса [4]. Перечисленные качества услуг выдвигают на одно из первых мест вопрос повышения их материальности. Предлагается решать эту путем акцентирования внимания заказчика услуги на ее материальных атрибутах,

которые могут быть определены и предложены клиенту, в том числе: технические средства, технологии, квалификация персонала и юридическое подкрепление услуги. На основании анализа существующих подходов к рассмотрению международной транспортно-экспедиторской услуги предлагается ее определять, как организацию международных перевозок грузов и обеспечения взаимодействия субъектов рынка транспортно-экспедиторских услуг.

Особенности рынка этих услуг выдвигают дополнительные требования к маркетинговому обеспечению и требуют особых подходов к проведению мониторинга рынка, его сканированию, определению методов воздействия на рынок. Во-первых, данный рынок относится к промышленному типу рынка, на котором клиенты не являются конечными потребителями продукции. Спрос на данном рынке является вторичным и зависит от состояния производственных отраслей экономики и характера внешнеэкономических связей страны. Во-вторых, международное экспедирование предусматривает организацию перевозки грузов по территориям нескольких стран. Соответственно, при этом возникают дополнительные вопросы, в частности, действия правовых норм, рыночных условий, отличающиеся в разных странах, проблемы пересечения границ, а также обеспечение упрощения финансовых взаиморасчетов между субъектами рынка [4]. В-третьих, данная услуга является комплексной услугой и включает ряд операций, в частности: технические и консультативные услуги, проведение необходимых предварительных согласований и получения разрешений на передвижение груза, осуществление складских, упаковочных, погрузочно-разгрузочных работ, оформление, рассылка и получение товаросопроводительной и транспортной документации, страхование, взимание необходимых платежей и осуществление расчетов с участниками транспортного процесса, а также другие действия, связанные с выполнением обязательств экспедитора [5].

С целью повышения эффективности предоставления услуг необходимо рассмотреть вопрос оценки эффективности этих услуг. Среди основных

характеристик, определяющих качество, а значит и эффективность услуги, специалистами выделяются: скорость, регулярность поставок, сохранность грузов при экспедировании, ликвидацию лишних операций, время цикла «заказ-доставка», надежность товарных запасов, стабильность обслуживания, организационные аспекты обслуживания потребителей, использование новейших информационных технологий [3]. В условиях рынка качество услуги предусматривает необходимый уровень потребительских свойств и надежности услуги, который сервисные фирмы способны обеспечить по приемлемой цене. Качество услуги определяется как ее соответствие требованиям клиента, должны быть четко сформулированы с тем, чтобы исключить их превратное толкование. Особую проблему составляет определение качества услуги организации доставки грузов. Время доставки грузов рассматривается как один из значимых параметров качества обслуживания потребителей. Качество доставки предполагает также скорость и регулярность поставки грузов, их сохранность во время перевозки, а также ликвидацию лишних перегрузочных операций. Первые два параметра во многом определяют реакцию на уровень товарных запасов и изменения конъюнктуры рынка. Одним из основных факторов качественного обслуживания потребителя является скорость доставки.

Среди других факторов обслуживания потребителя, которые имеют особое значение при организации доставки товаров к покупателю, можно выделить следующие.

Время цикла «заказ – доставка». Этот фактор состоит из следующих частей:

1. Время передачи заказа. Это время начинается с момента заказа клиентом и заканчивается, когда отдел обработки заказов компании получает этот заказ.

2. Время обработки заказа. Это время необходимо для обработки заказа и его передачи в отдел управления запасами.

3. Время формирования партии товара. Это время необходимо для подготовки товара на складе для отправки.

4. Время доставки. Это время доставки товара покупателю. Время доставки состоит главным образом из времени непосредственно перевозки, но также

включая время ожидания, в том числе ожидания, пока перевозчик примет товар, и время, необходимое для передачи товара от одного перевозчика к другому и перегрузки в случае смешанной перевозки [6].

Надежность товарных запасов. Этот элемент состоит из ряда параметров, которые относятся к наличию запасов товара. Такими параметрами есть процент запасов, которых не хватило для удовлетворения потребительских заказов, процент не полностью выполненных заказов и процент вовсе не выполненных заказов, процент неудовлетворенного спроса потребителей и тому подобное. Другими словами, этот элемент оценивает, как деятельность компании зависит от существующих запасов, то есть, в наличии товар, когда он нужен.

Частота поставок и минимальный размер заказа. Это относится к любому правилу ограничений, налагаемых компанией, которая осуществляет доставку на покупателя, в частности таких, как количество поставок в неделю, определенные дни поставок, минимальный размер заказа и минимальный объем заказов за определенный период.

Стабильность обслуживания. Этот фактор отражает работу вышеупомянутых элементов. Иными словами, осуществляются доставки, как правило, своевременно [3]. Существуют периоды времени и сезона, когда запасов не хватает для обслуживания заказов. Организационные аспекты обслуживания потребителей, включающих сбор заказов и системы передачи, частота визитов представителя компании в своих клиентов, выставление счетов, установлена взаимосвязь между потребителями и поставщиками. Все компании, занимающиеся международной торговлей, заинтересованы в снижении себестоимости продукции, в значительной степени это зависит от затрат на перевозки. Это может быть достигнуто только путем более рационального распределения, то есть означает доставку с возможностью быстрого информирования о грузе, который находится в пути.

В основе подхода так называемой корпоративной логистики [4], заложено мнение о том, что каждой компании, а в ряде случаев и рынка в целом, целесообразно, с учетом интегрированного планирования отделить

производство и торговлю от распределения путем передачи полностью или частично функций распределения специализированным компаниям, имеют возможность аккумуляции, хранения и сбыта информации [2]. Целесообразно оставить по одной из сторон анализ потребностей и ресурсов, оборудования, производство, капитал, кадры, а по другой закрепить закупку материалов и энергоносителей, хранения, транспортировки, управление сбытом, утилизацию и ликвидацию отходов. Из-за сложности процесса международного разделения товаров по своей природе и необходимости наиболее удачного выбора видов транспорта, маршрута перевозки и пункта доставки, появилась определенная специализация в сфере услуг, предлагаемых отдельными транспортно-экспедиторскими компаниями.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время работа транспортно-экспедиторской компании на международном уровне является сложным процессом организации предоставления комплексной услуги и привлечения клиентов в условиях острой рыночной конкуренции. Организация таких услуг включает взаимодействие на рынке со многими субъектами в сфере перевозок грузов и смежных отраслей экономики, что требует от менеджеров этих компаний знание современных средств маркетингового обеспечения. Все это делает международную транспортно-экспедиторскую услугу предметом предпринимательской деятельности, экспорта и импорта транспортных услуг, что требует внедрения в практику деятельности предпринимателей и менеджеров предприятий сферы транспортного экспедирования нового мышления, основанного на современных принципах поведения в рыночной среде [5].

Эффективность работы транспортно-экспедиторских компаний на международном рынке зависит от эффективности цепи доставки в условиях рискованных ситуаций, а также гарантированного уровня рентабельности в условиях колебания спроса. Наличие различных вариантов доставки, различных субъектов рынка грузовых перевозок, факторов влияния на условия транспортировки и хранения грузов требуют от компаний способностей

принимать сложные управленческие решения в условиях неопределенности, активное использование современных информационно-коммуникационных технологий и методов оптимизации параметров грузопотоков в условиях глобальных сетей поставок.

Список литературы

1. Харитонов В.В. Оценка экономической эффективности логистики в международной транспортно-экспедиторской компании / В.В. Харитонов, Ю.Ю. Сорокина // *Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник статей VI Международной научно-практической конференции (Пенза, 15 сентября 2017 г).* – Наука и Просвещение, 2017. – 173 с.

2. Носков А.А. Влияние затрат на транспортировку на общие логистические затраты // *Вестник ИНЖЭКОНа.* – Выпуск 1 (52). – 2012. – 408 с.

3. Логистика и управление цепями поставок: Практическое пособие / Д.В. Курочкин. – Минск: Альфа-книга, 2016. – 783 с.

4. Маркович М.А. Формирование методов оценки эффективности цепей поставки на основе ключевых показателей логистики // *Вестник ИНЖЭКОНа. Сер. Экономика.* – 2011. – №2 (45). – 302 с.

5. Проблемы формирования прикладной теории логистики и управления цепями поставок / Под общей ред. В.С. Лукинського, Н.Г. Плетневой: Монография. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 287 с.

6. Кретов И.И. Логистика во внешнеторговой деятельности / И.И. Кретов, К.В. Садченко. – Издание 2-е, перераб. и доп. – М.: Дело и сервис, 2013. – 256 с.

References

1. Kharitonov, V.V., & Sorokina, Iu.Iu. (2017). Otsenka ekonomicheskoi effektivnosti logistiki v mezhdunarodnoi transportno-ekspeditorskoj kompanii. *Fundamental'nye i prikladnye nauchnye issledovaniia: aktual'nye voprosy, dostizheniia i innovatsii*, 173. Prosveshchenie.

2. Noskov, A.A. (2012). Vliianie zatrat na transportirovku na obshchie logisticheskie zatraty. *Vestnik INZhEKONa*. 408.

3. Kurochkin, D.V. (2016). Logistika i upravlenie tsepiami postavok: Prakticheskoe posobie., 783. Minsk: Al'fa-kniga.

4. Markovich, M.A. (2011). Formirovanie metodov otsenki effektivnosti tsepei postavki na osnove kliuchevykh pokazatelei logistiki. Vestnik INZhEKONa. Ser. Ekonomika, 2 (45), 302.

5. (2011). Problemy formirovaniia prikladnoi teorii logistiki i upravleniia tsepiami postavok., 287. SPb.: SPbGIEU.

6. Kretov, I.I., & Sadchenko, K.V. (2013). Logistika vo vneshnetorgovoi deiatel'nosti., 256. M.: Delo i servis.

Куликова Марина Сергеевна – магистрант ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Россия, Москва.

Kulikova Marina Sergeevna – graduate student at the State University of Management, Russia, Moscow.

Степанов Алексей Алексеевич – д-р экон. наук, заведующая кафедрой ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Россия, Москва.

Stepanov Aleksei Alekseevich – doctor of economic sciences, head of department at the State University of Management, Russia, Moscow.
