

СПОСОБИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОПИТУ НА ДОСТАВКУ ВАНТАЖІВ У МІЖМІСЬКОМУ СПОЛУЧЕННІ

Саєнко А.О.

*Науковий керівник – Пономарьова Н.В. канд. техн. наук, доцент
(Харківський національний автомобільно-дорожній університет)*

Розміщення замовлення на перевезення вантажів у міжміському сполученні на транспортно-інформаційних порталах дозволило вантажовласникам заощаджувати час на пошук транспортної компанії, що готова прийняти замовлення до виконання. Що стосується автотранспортних підприємств, то в цьому випадку ситуація дещо інакша. Стохастичний характер надходження разових замовлень зумовив потребу у перевізників відстежувати постійну зміну основних параметрів замовлень та приймати рішення щодо їх виконання в умовах невизначеності. Посилаючись на власний досвід, перевізники вирішують ці питання шляхом розробки та використання різних стратегій поведінки на ринку транспортних послуг, що, як правило, не мають жодного теоретичного підґрунтя. Виходячи з цього, перспективним напрямком дослідження питання організації міжміських вантажоперевезень є детальне вивчення процесу обслуговування разових замовлень на перевезення вантажів у міжміському сполученні.

Крім того, для надання об'єктивної оцінки фінансового результату роботи перевізника варто зосереджуватись на визначенні не загальної суми прибутку перевізника за оборотний рейс, а на витратах. На підставі дослідження характеру надходження разових замовлень та умов їх отримання для різних населених пунктах формуються зони привабливості для перевізників. Важливим показником є максимально припустимий для перевізника час на очікування зворотного завантаження в оборотному рейсі.

У випадку регулярних вантажних перевезень інформація про потребу в послугах надходить до перевізника через налагоджені договірні зв'язки або особисті знайомства. Основним джерелом одержання інформації про разові потреби суб'єктів ринку транспортних послуг в перевезенні вантажів на сьогодні є спеціалізовані логістичні сайти. В Україні найбільш відомими є три транспортно-інформаційних сервери: lardi-trans.com, della.ua та ati.com.ua. Бази даних логістичних порталів зберігають основну інформацію про складові замовлення вантажовласників і дозволяють здійснювати подальший пошук потенційних клієнтів з параметрами, що відповідають вимогам, які в змозі задовольнити транспортні підприємства.

Основними елементами логістичних сайтів є: атлас автомобільних доріг; каталоги перевізників, вантажовласників, експедиторів, страхових компаній; інформаційний центр; пропозиції вантажовласників – замовлення про наявність вантажів для перевезення; пропозиції перевізників; форум.

Перевезення вантажів в міжміському сполученні, вимагає від підприємств, спеціалізацією яких є надання таких послуг, наявність певного складу автотранспортних засобів, необхідних для виконання транспортної роботи. Не менш важливим фактором, що визначає ринок міжміських вантажоперевезень є вартість перевезення. Динаміка зміни тарифів на перевезення є дуже значною кожного року та включає в себе як періоди зростання так й періоди зменшення. Зростання зазвичай пояснюється збільшенням вартості пального, що складає найбільшу частку собівартості перевезення на автомобільному транспорті, зменшення – високим рівнем конкуренції на транспортному ринку, який є дуже насиченим транспортними засобами. Малодослідженим питанням на ринку міжміських вантажоперевезень також є завантаження транспортного засобу при виконанні зворотного рейсу. Адже існує ситуація, коли перевізник не має замовлення на перевезення вантажу як в прямому, так і в зворотному напрямку. Найчастіше при виконанні міжміського перевезення обслуговування замовників транспортних послуг має разовий характер. І в цій ситуації після передачі перевізником вантажу вантажоодержувачу автомобіль може деякий час простоювати в очікуванні зворотного завантаження, що в свою чергу призводить до витрат пов'язаних зі зберіганням автомобіля поза базовим підприємством, оплатою водієві відшкодування витрат на відрядження та, як наслідок, до зменшення прибутку підприємства в цілому.

Таким чином, сучасний ринок міжміських вантажних перевезень характеризується певними особливостями, однією з яких є широке використання автотранспортними підприємствами інформаційних ресурсів для пошуку сфер реалізації своєї діяльності. Існування такої складової попиту як разове замовлення на перевезення вантажів, на відміну від сталого замовлення, що виконується за попередньо узгодженими умовами договору, значним чином ускладнює процес їх обслуговування та вимагає розробки стратегії автотранспортних підприємств, що враховуватиме випадковий характер надходження разових замовлень та дозволить перевізникам здійснювати обґрунтований вибір раціональної кількості замовлень з запропонованих до перевезення, що буде економічно доцільним як для прямого, так і для зворотного напрямку перевезення.