

СТОИМОСТЬ УСЛУГ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК

Черненко А. Ф., Масленников П. П.

ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет), Челябинск, Россия (445080, Челябинск, пр. Ленина, 76), e-mail: pavel_chel@list.ru

В настоящее время на рынке международных грузоперевозок автомобильным транспортом наблюдается высокий уровень конкуренции, продавцов услуг становится все больше. Сейчас клиенты могут выбрать перевозчика из десятка конкурирующих автотранспортных предприятий. Одним из основных показателей конкурентоспособности является стоимость оказанных услуг, что подтверждается выбором клиента в пользу той транспортной компании, которая при всех прочих условиях предложит наименьшую цену перевозки. В данной статье проведен анализ факторов, влияющих на формирование стоимости услуг автотранспортных предприятий в сфере перевозок грузов в международном сообщении, рассмотрен пример расчета стоимости транспортировки груза, предложен образец формы сравнительного анализа поставщиков услуг в данной сфере.

Ключевые слова: конкурентоспособность, маркетинг, международные грузоперевозки, показатель, стоимость.

PRICE AS A MEASURE OF COMPETITIVENESS IN INTERNATIONAL FREIGHT SECTOR

Chernenko A. F., Maslennikov P. P.

FSSFEI HPE "South Ural State University" (national research university), Chelyabinsk, Russia (454080, Chelyabinsk, Lenin avenue, 76), e-mail: pavel_chel@list.ru

Nowadays the international road freight sphere has a high level of competition, numbers of seller is increasing. Today customers can choose from a dozen competing transport and forwarding companies. One of the main competitiveness indicators is the cost of the services, which is confirmed by the clients choice in favor of the transport company which will offer the lowest price of transportation with all same conditions. This article analyzes the factors affecting the formation of the cost of services in the field of the international road freight, consider an example of the calculation of the cost, offered a sample form of comparative analysis of service providers in this field.

Key words: competitiveness, marketing, international shipping, indicator, value.

Введение

Рынок международных грузоперевозок автомобильным транспортом характеризуется высоким уровнем конкуренции. Для достижения конкурентоспособности поставщики услуг используют различные методы воздействия на рынок, привлекая новых и удерживая существующих клиентов [2].

Одним из основных составляющих показателей конкурентоспособности предприятий в сфере международных грузоперевозок автомобильным транспортом является стоимость оказания услуг по транспортировке грузов. Причем стоимость услуг, как показатель конкурентоспособности, зависит от множества факторов, таких, как сезонность, характер груза, условия перевозки, скорость перевозки, расстояние между пунктами отправления и назначения, затраты предприятия на привлечение и удержание клиентов, уровень сервиса, возможность забрать груз клиента в определенном месте в определенное время.

В настоящее время клиент имеет возможность провести мониторинг цен перевозчиков путем сопоставления полученных цен на услуги транспортных компаний, обратившись

непосредственно к сотрудникам предприятий. Большое значение во время проведения сбора данных по ценам играет компетентность клиента, поскольку стоимость перевозки зависит от сочетания множества факторов. Если клиент имеет небольшой опыт в международных грузоперевозках, то у сотрудника отдела продаж поставщика услуг есть шанс показать свои знания в сфере международных грузоперевозок – задать клиенту правильные для расчета конкретной ставки вопросы. В любом случае для расчета стоимости перевозки от клиента необходимо получить максимальное количество информации, задавая конкретные вопросы. При отсутствии, точно необходимо произвести расчет стоимости перевозки, исходя из имеющейся информации. Главное – ответить на запрос расчета стоимости; показать, что клиент значим, как и его отношение к перевозчику.

Стоимость оказываемых услуг – это основная характеристика услуги, которая складывается из желаемой прибыли и затрат предприятия в определенных условиях рынка, выраженная в денежной оценке. Зачастую конкурентоспособным считается предприятие, которое при всех прочих равных условиях предлагает клиенту наиболее низкую стоимость оказываемых услуг.

Рассмотрим более подробно факторы, влияющие на формирование цены за перевозку груза в международном сообщении.

Стоимость услуг находится в прямой зависимости от сезонности: из-за метеоусловий в зимний период увеличивается расход топлива, в зависимости от двигателя появляется необходимость в смене типа топлива на соответствующий времени года; возрастает число дорожно-транспортных происшествий вследствие ухудшения сцепления шин с дорожным полотном; повышается вероятность закрытия дорог на несколько суток в странах Европы из-за снегопадов; снижается средняя скорость движения автомобиля; снегопад снижает видимость, укорачивается световой день – все эти обстоятельства повышают стоимость перевозки. С дополнительными трудностями сталкивается также и экспедитор, прокладывающий маршрут: из-за возможного возникновения заторов на дорогах необходимо подобрать несколько альтернатив основному маршруту, которые позволят сэкономить время на поиск оптимального пути перевозки, минимизировав разрыв между запланированным и фактическим периодом доставки груза. При этом необходимо учитывать, что ограничения по полной массе автомобиля либо по нагрузке на ось вследствие весеннего закрытия дорог в период неблагоприятных сезонных природно-климатических условий, при которых снижается несущая способность конструктивных элементов автомобильной дороги [5, 3] не распространяется на перевозку грузов еврофурами в международном сообщении. К сезонности также относится и потребности рынка в товарах в определенное время года, когда дешевеет импорт и дорожает экспорт, и наоборот. Учитывая возможность

прогнозирования сезонного спроса сотрудники отдела маркетинга и продаж могут сосредоточить свои силы на предприятиях, которые занимаются импортом и/или экспортом в определенный пункт назначения. С целью минимизации расходов на транспортировку и уменьшения вероятности порожнего хода транспорта в идеале можно попытаться организовать кругорейсы, однако на практике такое согласовать проблематично – для этого специалистам по продажам необходимо наработать обширную клиентскую базу, а транспортному отделу – базу перевозчиков.

Характер груза также влияет на окончательную стоимость перевозки; для расчета ставки перевозки поставщикам услуг необходимо знать: габариты, вес, материал, условия и желаемый маршрут перевозки (в зависимости от материала), стоимость груза (наличие сопровождения, условия страхования), способ погрузки/разгрузки. Опасные грузы (например, радиоизотопные приборы, газы) могут перевозить только автомобили со специальным разрешением или специально оборудованные, в силу дефицита подобного транспорта стоимость перевозки такого груза на порядок выше стоимости перевозки аналогичного, но неопасного груза. Помимо этого, транспортировка опасных грузов требует разработки определенного маршрута, отступление от которого запрещено. Если груз достигает большего веса, чем может поднять имеющееся на складе подъемное оборудование (напр., станок весит 5 тонн, а погрузчик имеет грузоподъемность 3 тонны), то для транспортировки такого груза, в частности, для осуществления его погрузки в транспортное средство перевозчика необходимо задействовать спецтехнику, что вызывает необходимость дополнительных затрат. Сотруднику отдела продаж при обсуждении нюансов характера груза предлагается озвучить все необходимые варианты погрузки/разгрузки, если клиент с этим не сталкивался – это покажет заинтересованность перевозчика в клиенте, компетентность сотрудника отдела продаж как представителя предприятия-перевозчика.

Ставка за перевозку крупногабаритного груза по размеру и весу превышает стоимость перевозки аналогичного груза в габаритах стандартной еврофуры вследствие увеличения периода согласования условий перевозки, подбора соответствующего транспорта, документации. При перевозке дорогостоящих (напр., деталь механизма из сплава с высоким содержанием драгоценных металлов) или высоколиквидных грузов (автозапчасти, макароны, подсолнечное масло) необходимо использовать полуприцепы, снижающие вероятность проникновения и хищения груза (напр., изотермические, у которых только один вход – сзади, стены защиты листами железа) или организовывать конвой. Некоторые грузы в силу своего веса или длины невозможно погрузить в полуприцеп сзади – необходимо при транспортировке использовать полуприцеп с полной растентовкой; следовательно, изотермический или рефрижераторный полуприцеп использовать не получится.

Транспортировка негабаритных грузов диктует, согласно существующему законодательству [1, 4], необходимость подключения к процессу перевозки органов исполнительной власти, в частности полиции; организация данной процедуры зачастую переносит на несколько дней позже дату начала перевозки из-за необходимости согласования транспортировки с несколькими инстанциями

Условия перевозки тесно связаны с характером груза. При условии сохранения температурного режима, исключения воздействия природных условий, выбирается соответствующие: перевозка фруктов или цветов – в рефрижераторном полуприцепе, перевозка специально обработанных запасных частей – исключение из маршрута побережий, паромных переправ при перевозке тентованой еврофуры, поскольку оборудование может выйти из строя при попадании во влажную соленую среду. Если свойства груза диктуют сокращение в несколько раз скорость доставки, но транспортировать большой объем самолетом невыгодно, то при перевозке автотранспортом автомобиль с грузом доставляют одновременно два и более водителей, которые подменяют друг друга, позволяя минимизировать временные затраты на транспортировку. Стоимость перевозки увеличивается от количества точек загрузки/ выгрузки: увеличивается время выполнения погрузочно-разгрузочных работ, увеличивается вероятность простоя вследствие очереди на загрузке/разгрузке, появляется необходимость растентовки полуприцепа несколько раз.

Затраты предприятия: в стоимость услуги по умолчанию закладываются затраты перевозчика и определенная сумма прибыли от перевозки. К основным затратам предприятия, в свою очередь, относятся: издержки на содержания сотрудников, собственного автопарка (если есть), аренда помещений, членские взносы в различные ассоциации перевозчиков (профсоюзы), затраты на маркетинг (привлечение клиентов, стимулирование сбыта, поддержание положительного имиджа). Стоимость услуг напрямую зависит от перечисленных выше затрат предприятия, причем этот список может быть дополнен дополнительными издержками перевозчика, возникающими в зависимости от сезона, условий перевозки, местоположения транспорта с перевозимым грузом в конкретный момент времени.

Затратная часть автотранспортного предприятия может быть уменьшена за счет организации кругорейсов, формирования совместно с клиентом графика отгрузок, поиск наиболее выгодных для сотрудничества владельцев автотранспортных средств (если собственного транспорта нет или его не хватает, чтобы закрыть объемы). Снижение издержек за счет уменьшения заработной платы сотрудников или сокращение штата с этой целью приведет к негативным последствиям: на рынке услуг, где продаваемый товар не осязаем, и каждая конкретная услуга уникальна и ассоциируется клиентом с конкретным сотрудником

предприятия, имидж перевозчика может пострадать. Текучесть кадров – явный признак того, что условия для сотрудников в организации оставляют желать лучшего, поэтому появляется вероятность похожего отношения сотрудников с клиентами и, что не менее важно, с перевозимым грузом.

Агрессивная конкурентная среда на рынке международных грузоперевозок автомобильным транспортом диктует предприятиям, желающим удержать и улучшить рыночные позиции, использовать для сокращения затрат в первую очередь различные методы оптимизации работы сотрудников: приобретение нового программного обеспечения, повышение квалификации за счет предприятия, организация полностью оборудованных и комфортных рабочих мест. Не менее важным условием эффективного исполнения обязанностей персоналом является четкое разграничение обязанностей и определение степени ответственности между сотрудниками: если конкретный сотрудник понимает, какую цель в рамках его компетенции и обязанностей поставило перед ним руководство, какие действия он должен и может предпринять, кто ему может помочь в достижении поставленных задач и каким представляется результат деятельности, а также какое наказание он понесет в результате неисполнения своих обязательств, то в целом предприятие начинает функционировать как слаженный механизм.

Отдельно следует упомянуть отдел маркетинга и продаж: сотрудники этого подразделения предприятия находятся в прямом контакте с клиентами на протяжении всего периода работы с предприятием: от момента знакомства, во время совместных перевозок и при урегулировании спорных моментов в совместной работе перевозчика и покупателя услуги. В силу высокого уровня конкуренции на рынке международных грузоперевозок автомобильным транспортом сотрудник отдела маркетинга и продаж является не только связующим звеном между клиентами и сотрудниками предприятия-перевозчика, но и своего рода дипломатом, старающимся по возможности найти компромисс в случае конфликта. Поскольку внушительная часть крупных игроков рассматриваемого рынка занимается маркетингом, а именно активным поиском клиентов – система работы отдела маркетинга и продаж требует постоянных улучшений, основанных на оптимизации процесса сбора и обработки информации о рынке.

Уровень сервиса – одно из основных характеристик любого предприятия, отчего зависит, насколько клиент удовлетворен оказанной услугой, вернется ли он к перевозчику еще раз и порекомендует ли транспортную компанию друзьям и коллегам. В настоящее время рынок международных грузоперевозок автомобильным транспортом насыщен, российские предприятия вынуждены конкурировать с транспортными компаниями Республики Беларусь, Украины, стран Прибалтики. Учитывая тот факт, что большинство транспортно-

экспедиционных компаний предлагают практически идентичные услуги по схожим ценам, клиент при выборе поставщика услуг склоняется в сторону того предприятия, которое обеспечивает наиболее высокий уровень сервиса. Зачастую более высокому уровню предоставления услуг по перевозке грузов в международном сообщении сопутствует более высокая стоимость, однако, более опытные клиенты этой сферы предпочитают заплатить больше за спокойствие, за свой груз, уверенность в точности доставки. Основные составляющие стоимости услуг транспортной компании рассмотрены, однако, существуют и косвенные составляющие, которые при определенных условиях имеют место быть.

Возможность забрать груз клиента в определенном месте в определенное время – это зачастую на практике или согласованный по расписанию забор и доставка груза или удачное стечение обстоятельств, когда необходимого размера автомобиль перевозчика оказался рядом с местом загрузки. С целью сокращения затрат предприятия рекомендуется сотрудникам отдела маркетинга и продаж и менеджеров по грузоперевозкам согласовывать с клиентами и совместно разрабатывать (если возможно) график отгрузок, возможный маршрут перевозки.

Территориальное местоположение офиса перевозчика может сыграть решающую роль при выборе клиентом поставщика услуг: множество предприятий желают при осуществлении внешнеэкономической деятельности иметь возможность личного контакта с транспортной компанией, желательно находиться не только в одном часовом поясе, но и в одном городе. Интерес клиента понятен: при первом знакомстве существует возможность приезда к потенциальному партнеру, согласовать спорные моменты.

Стоимость услуг по перевозке грузов в международном сообщении измеряется в рублях, долларах или евро. Предприятие, предлагающее наиболее низкую стоимость транспортировки груза при аналогичных прочих условиях среди аналогичных компаний, наиболее конкурентоспособно в определенном периоде времени. Измерить этот показатель достаточно просто: необходимо сопоставить стоимость перевозки и сопутствующих услуг нескольких компаний.

Зачастую таким способом пользуется большинство потребителей рассматриваемого рынка: цена является основным критерием выбора поставщика услуг в следующих случаях:

- при проведении тендера на оказание услуг по доставке грузов в международном сообщении;
- при сопоставлении клиентом затрат на доставку груза различными видами транспорта.

С целью повышения конкурентоспособности перевозчику необходимо предлагать конкурентоспособные цены: например, стоимость услуг не на много, но дешевле, чем у

конкурентов или стабильно самая низкая цена в регионе при невысоком уровне сервиса. Развитие рынка и общества в целом диктуют новые условия ведения бизнеса: потребитель не просто ставится на первое место, но и перевозчику необходимо по максимуму понять его потребность и постараться с минимальными издержками для себя в полной мере удовлетворить возникшие потребности. На рынке международных грузоперевозок автомобильным транспортом существуют организации, которые готовы пожертвовать сервисом за счет снижения стоимости услуг, однако, таковых с каждым годом становится все меньше. В век, когда «шило в мешке не утаишь», современные разработки перестают быть современными через несколько месяцев, и рынок грузоперевозок автотранспортом в международном сообщении насчитывает огромное количество перевозчиков со схожими условиями работы и ценой за услуги, клиента можно привлечь не только за счет выгодной цены, но и качественного обслуживания.

Рассмотрим в качестве примера расчет стоимости услуг перевозчика при транспортировке сборного груза из Германии в Челябинск (импорт). В транспортную компанию обращается клиент или сотрудник отдела маркетинга и продаж, выходит на разговор с лицом, принимающим решение на предприятии, занимающемся внешнеэкономической деятельностью; в ходе разговора сотрудник отдела маркетинга и продаж фиксирует у себя данные по грузу от клиента и попутно выясняет не только текущие потребности, но и перспективы перевозок в будущем. Также могут быть определены интенсивность перевозок, желаемые условия оплаты услуг перевозчика, стоимость последней перевозки (мониторинг цен конкурента), возможность смены способа доставки груза, например, с авиа на автомобильный.

Зачастую все данные для расчета стоимости перевозки клиент знает; чтобы уточнить информацию, сотрудник отдела маркетинга и продаж предлагает ЛПР обратиться за помощью другим специалистам на предприятии клиента или к их партнерам. Собрав необходимые от клиента данные через несколько часов (или минут) специалист по маркетингу и продажам озвучивает стоимость услуг в денежных единицах. В таблице 1 наглядно представлена форма для расчета ставки и возможные пути поиска информации для более точного расчета стоимости услуг транспортной компании.

Таблица 1. Данные для расчета стоимости перевозки грузов

Информация для расчета стоимости перевозки	Возможный источник выяснения информации	Пример
Маршрут перевозки		
Страна и город погрузки (почтовый код)	Руководитель ЛПР или грузоотправитель, почтовый код может выяснить перевозчик	D-40231 Düsseldorf / Germany
Страна и пункт	Отдел снабжения, отдел ВЭД,	Челябинск, Российская

разгрузки	начальник склада	Федерация
Характер груза		
Наименование товара	Грузоотправитель или отдел снабжения	Станок на стандартном европоддоне
Точные габариты и вес единиц груза с учетом упаковки	Грузоотправитель либо контракт	120x80x100см (ДxШxВ), 500 кг
Количество мест	Грузоотправитель либо контракт	2 единицы
Общий вес груза брутто	Грузоотправитель либо контракт	1000 кг
Способ погрузки	Грузоотправитель	Задний или боковой
Класс опасности груза	Руководитель ЛПР или контракт	Отсутствует (груз неопасен)
Стоимость груза	Грузоотправитель либо контракт	20000 долларов
Таможенное оформление		
Экспортная декларация	Грузоотправитель или специалист по таможенному оформлению	ЕХ-1 готовит грузоотправитель
Адрес и наименование таможни назначения	Руководитель ЛПР, специалист по таможенному оформлению или таможенный брокер	Таможенный пост «Челябинский», код поста 10504080, г. Челябинск, Сибирский переезд, ½
Дополнительная информация		
Дата готовности груза	Грузоотправитель	16-17 неделя 2013 года
Условия поставки	Руководитель ЛПР, контракт, специалист по таможенному оформлению или таможенный брокер	EXW (все затраты и риски несет покупатель груза)
Возможность штабелирования	Грузоотправитель или Руководитель ЛПР	Штабелировать нельзя
Необходимость страховки груза	Руководитель ЛПР, специалист по таможенному оформлению или таможенный брокер	Страхование груза за счет Заказчика отдельной строкой
Условия оплаты	Руководитель ЛПР, бухгалтерия клиента	100 % оплата услуг до момента прихода груза в таможню назначения,
Желаемые сроки доставки груза	Руководитель ЛПР,	Стандартные сроки: в течение 3 недель с момента забора груза в пункте отправления
Желаемые сроки получения стоимости услуг	Руководитель ЛПР	В течение 24 часов с момента получения запроса

Стоимость услуг складывается из следующих составляющих: стоимость доставки груза до консолидационного склада, стоимость операций с грузом на консолидационном складе, стоимость доставки груза с консолидационного склада до пункта назначения, экспедирование. Международные перевозки из Европы зачастую исчисляются в евро, поэтому ориентировочная стоимость за перевозку составит, например, 750 евро. Более подробно составляющие стоимости расписаны в таблице 2.

Таблица 2. Составляющие стоимости услуги транспортировки груза

Составляющая стоимости	Ставка
Транспортировка груза из места загрузки до консолидационного склада	250 евро
Операции с грузом на консолидационном складе (погрузо-разгрузочные работы, складирование)	10 евро
Транспортировка груза с консолидационного склада в пункт назначения	440 евро
Оформление сопутствующих перевозке документов, согласование точной даты и времени погрузки с грузоотправителем, информационное обеспечение клиента о ходе доставки, экспедирование, а также иные действия, сопутствующие перевозке	50 евро
Общая стоимость услуг по транспортировке груза	750 евро

Клиент фиксирует ставку перевозчика у себя, сопоставляет полученные данные от других транспортных предприятий и в итоге выбирает ту компанию, которая при всех прочих условиях предложила наименьшую цену. Пример бланка сравнительного анализа стоимости услуг по перевозке груза в международном сообщении представлен в таблице 3.

Таблица 3. Форма сравнительного анализа стоимости услуг

Критерий выбора	Перевозчик 1	Перевозчик 2	Перевозчик 3
Общая стоимость услуг	750 евро	750 евро	800 евро
Срок доставки	2,5 – 3 недели	2,5 – 3 недели	2,5 – 3 недели
Условия оплаты	100 % предоплата	100 % оплата до момента выгрузки	50 % предоплата, 50 % оплата до момента выгрузки
Ранг перевозчика	2	1	3

По итогам сбора ставок от перевозчиков клиент останавливает свой выбор на перевозчике 2, который предложил наименьшую цену при всех прочих условиях.

С целью сокращения временных затрат специалистам отдела маркетинга и продаж рекомендуется сохранить у себя шаблон запроса стоимости перевозки для клиентов (вышеперечисленные в таб. 1 данные в текстовом файле) и рассылать этот шаблон по необходимости, а также заполнять его вместе с клиентом, если тот не справляется в одиночку. Благодаря шаблону запроса стоимости перевозки сократится время на переговоры по поводу предоставляемой клиентом для расчета ставки информации, клиент более точно будет запрашивать своих коллег по недостающей информации, перевозчик сможет быстрее произвести расчет стоимости услуг за счет быстрой передачи информации от клиента лицам, осуществляющим расчет стоимости перевозки.

Постоянное улучшение методик работы позволит перевозчику предлагать конкурентоспособную стоимость услуг, что является показателем конкурентоспособности предприятия в сфере международных грузоперевозок автомобильным транспортом.

Список литературы

1. Инструкция по перевозке крупногабаритных и тяжеловесных грузов автомобильным транспортом по дорогам Российской Федерации // base.garant.ru: сервер ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». 2013. URL: <http://base.garant.ru/10135843/#text> (дата обращения: 15.04.2013).
2. Масленников П. П., Черненко А. Ф. О термине «Рыночные инструменты» в обеспечении конкурентоспособности предприятия // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 1.
3. Постановление СМ РСФСР от 05.03.1969 №129 «Об утверждении Правил по охране автомобильных дорог и дорожных сооружений» // bestpravo.ru: информационно-правовой портал «BestPravo.ru». 2013. URL: <http://www.bestpravo.ru/sssrgn-instrukcii/q2r.htm> (дата обращения: 15.04.2013).
4. Федеральный закон от 08.11.2007 №259-ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта» // base.garant.ru: сервер ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». 2013. URL: <http://base.garant.ru/12157005/#text> (дата обращения: 15.04.2013).
5. Федеральный закон от 10.12.1995 №196-ФЗ «О безопасности дорожного движения» // base.garant.ru: сервер ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». 2013. URL: <http://base.garant.ru/10105643/#text> (дата обращения: 15.04.2013).

Рецензенты:

Лаврентьева Ирина Викторовна, доктор экономических наук, доцент, кафедра экономики труда, Уральский социально-экономический институт (филиал), ОУП ВПО «Академия труда и социальных отношений», г. Челябинск.

Савельева Ирина Петровна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Маркетинг и Менеджмент» торгово-экономического факультета ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» (НИУ), г. Челябинск.