

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО-
ДОРОЖНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Є. В. Нагорний, Н. Ю. Шраменко, Г. І. Переста

КОМЕРЦІЙНА РОБОТА НА ТРАНСПОРТІ

Підручник

Харків
ХНАДУ
2011

УДК 656.025.4+347.763(072)
ББК 39
Ш85

Рецензенти:

Бабушкін Г.Ф.,
доктор технічних наук, професор,
Запорізький національний технічний університет;

Кравченко О.П.,
доктор технічних наук, професор,
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

Котенко А.М.,
доктор технічних наук, професор,
Українська державна академія залізничного транспорту

Нагорний Є.В., Шраменко Н. Ю., Переста Г.І. Комерційна робота на транспорті: Підручник. — Харків: Видавництво ХНАДУ, 2011. — 298 с.

Викладено основи організації комерційної роботи транспортних підприємств, які діють в умовах ринкової економіки. Наведено методики вибору оптимальної політики транспортної системи по обслуговуванню виробників продукції, розглянуті особливості комерційної роботи при організації збуту транспортних послуг, особливості сучасної комерційної діяльності при організації перевезень і порядок їхнього документального оформлення. Відображені нові тенденції та зміни, пов'язані з розвитком ринкових відносин на транспорті. Розглянуті загальні принципи організації роботи транспортних підприємств. Наведені сучасні методики і нові моделі щодо прийняття рішень та оптимізації транспортного процесу та його елементів.

Іл. 42 , табл. 11 , бібліогр. 47 найм.

ISBN

© Нагорний Є.В., Шраменко Н.Ю., Переста Г.І.,
2011 р.

© Харківський національний автомобільно-
дорожній університет, 2011 р.

ВСТУП

Комерційна робота на транспорті – наукова дисципліна, що займається розробкою, узагальненням та подальшим розвитком методів та підходів, направлених на найбільш ефективний продаж послуг транспортних підприємств споживачам.

Мета даного підручника – набуття студентами у ході вивчення навчальної дисципліни «Комерційна робота на транспорті» (що відноситься до циклу вибіркових (по вибору ВНЗ) професійно–орієнтованих дисциплін підготовки фахівців напрямку 6.070101 «Транспортні технології (за видами транспорту)») теоретичної підготовки щодо основ комерційної діяльності транспортних підприємств, які діють в умовах ринкової економіки.

Підручник вміщує питання загального характеру в рамках викладання у вищих навчальних закладах відповідних дисциплін за напрямом підготовки фахівців 6.070101 «Транспортні технології (за видами транспорту)».

Підручник є корисним для студентів – при вивченні відповідного курсу, для самостійної роботи, при виконанні курсового і дипломного проектування та під час підготовки до державних іспитів, а також він може бути використаним викладачам і аспірантам для проведення наукових досліджень.

В підручнику враховано нові тенденції та зміни, пов'язані з розвитком ринкових відносин на транспорті та використанням сучасних технологій транспортного ринка.

Відмінною особливістю даного підручника є те, що в ньому знайшли відображення особливості комерційної діяльності при наданні транспортних послуг на різних видах транспорту, а також наукові методи та моделі щодо прийняття раціональних рішень в ринкових умовах.

Матеріал методично адаптований та систематизований у тринадцяти розділах, які логічно пов'язані та відповідають певним темам курсу. Після викладу кожної теми для закріплення вивченого матеріалу пропонуються контрольні запитання.

1. ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ РОБОТИ НА ТРАНСПОРТІ

1.1. Загальна модель ринку транспортних послуг

Ринок – сукупність існуючих і потенційних покупців і продавців.

Будь-яка модель створюється з метою вивчення реального об'єкта, в [1] вказується, що під *моделлю* розуміють штучний об'єкт, що відображає з певним ступенем точності основні властивості досліджуваного об'єкта-оригіналу. Ринок транспортних послуг є *макрологістичною системою* (великою системою управління матеріальними потоками, що охоплює підприємства й організації промисловості, посередницькі, торговельні й транспортні організації [2]), тому моделювання необхідно здійснювати з методологічних позицій системного підходу, принцип реалізації якого є основним у концепції логістики [2].

Послідовність формування системи при системному підході містить у собі 4 етапи: визначення й формулювання мети функціонування системи, визначення вимог, яким повинна задовольняти система, формування підсистем і їхній синтез.

Визначення мети функціонування є першим етапом розробки моделі ринку транспортних послуг як складної системи. Тут доцільно виділити локальні цілі (цілі суб'єктів ринку) і загальну – результат взаємодії всіх учасників ринку, що визначає емерджентні властивості системи.

Суб'єктів ринку транспортних послуг можна розділити на три типи: перевізники, посередники та вантажовласники.

Перевізник – сторона договору перевезень, яка зобов'язується доставити вантаж до пункту призначення і видати його вантажоодержувачу або передати іншій транспортній організації.

Вантажовласники поділяються на вантажовідправників та вантажоодержувачів.

Вантажовідправник – споживач транспортної послуги, який має повноваження по договору перевезень на передачу вантажів іншим особам чи компаніям для його доставки в місце призначення та видачі одержувачу.

Вантажоодержувач – особа, яка має право отримати в місці призначення доставлений вантаж.

Метою вантажовласників на ринку є якісне задоволення своїх потреб у транспортному обслуговуванні, а метою перевізників і операторів перевезення, що забезпечують потреби вантажовласників, – одержання прибутку, зміцнення позицій на ринку, розвиток підприємства й т.п. Глобальною метою функціонування ринку як системи є ефективне просування матеріалопотоку.

Цілі функціонування системи чисельно відображаються у функціях цілі: для вантажовласників цільовою функцією є сукупність показників Y_1 , що відображають рівень задоволення потреб у транспортних послугах (можливо – співвідношення витрат на транспортне обслуговування й рівня задоволення потреб), для перевізників і операторів перевезення – сукупності показників Y_2 і Y_3 , що відображають результат їхньої роботи на ринку. Результати просування матеріального потоку характеризуються відповідно комплексом показників Y_4 (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Входи й виходи для моделі ринку транспортних послуг

Показники, що визначають вплив зовнішнього середовища на ринок транспортних послуг, можна розділити на наступні групи по типах ресурсів: X_1 – показники, що характеризують фінансові ресурси, X_2 – група показників, що характеризують трудові ресурси, X_3 – показники, що відображають адміністративно-правовий вплив зовнішнього середовища на систему, X_4 – показники, що характеризують матеріальні ресурси (вхідний матеріалопотік).

Основною вимогою до ринкової системи (рис. 1.1) є таке її функціонування, яке забезпечить оптимальні значення показників груп Y_1 – Y_4 , що відображають цілі.

Причиною взаємодії суб'єктів ринку (підсистем) є наявність потреби з однієї сторони у вантажовласників – в переміщенні

вантажів, з іншої сторони у перевізників – в наявності замовлень на перевезення.

Транспортне обслуговування – діяльність, яка пов'язана з переміщенням вантажу в просторі та у часі і направлена на здійснення доставки і виконання транспортних послуг, пов'язаних з процесом перевезення від відправника до одержувача.

Заявки на транспортне обслуговування (попит), а також процес їхнього обслуговування утворюють потоки, що зв'язують елементи системи. Процес транспортного обслуговування забезпечується потоками трьох типів, що циркулюють між елементами системи, – матеріальними, інформаційними й фінансовими.

Показниками, що характеризують матеріальні й інформаційні потоки, є параметри потоку заявок на транспортне обслуговування – заявок від вантажовласника експедиторові (потреба в транспортно-експедиційних послугах), від перевізника експедиторові (потреба в замовленнях) і від експедитора перевізникові (складова технологічного процесу обслуговування клієнтури). Параметри потоку заявок кожного з перерахованих типів описані в [3]. Фінансові потоки, що циркулюють між експедиторами й вантажовласниками, а також між експедиторами й перевізниками аналогічно формуються на базі окремих заявок, і описуються сумою коштів, виплачених вантажовласником експедиторові й експедитором перевізникові відповідно.

1.2. Сутність комерційної роботи транспортних підприємств

Комерція (переклад з лат. *commercium*) – торгівля, торгові операції, торговельні обороти.

Сучасне поняття комерції – це процес організаційно-технічної та соціально-економічної взаємодії суб'єктів з приводу розподілу та організації обміну продукцією та послугами на еквівалентній основі [1].

Комерційна діяльність є невід'ємною частиною функціонування сучасних підприємств в ринкових умовах.

В умовах ускладнення внутрішніх та зовнішніх взаємозв'язків підприємств, наявності великої кількості факторів, критеріїв та

обмежень, а також суттєве посилення конкуренції обумовлюють постійний пошук найбільш вигідного варіанту розподілу ресурсів: фінансових, трудових, технічних, транспортних та ін.

Під *комерційною роботою транспортних підприємств* розуміють комплекс дій, спрямованих на найбільш ефективний (з точки зору цілей даного підприємства) продаж послуг підприємства споживачам.

Практика показує, що споживач зацікавлений у виконанні цілого комплексу послуг – навантаження та розвантаження, тимчасове зберігання вантажу, оформлення документації і т.п. Тому, згідно сучасним уявленням, не повинно існувати таких видів діяльності чи послуг, які транспортні підприємства були б не готові при необхідності надати споживачам, які обслуговуються. В тих випадках, коли транспортне підприємство не має можливості надати споживачу будь-яку послугу власними силами, воно залучає спеціалізовану фірму до обслуговування споживача на основі договору субпідряду.

Отже, комерційна діяльність являє собою сукупність процесів та операцій, спрямованих на реалізацію товарів і послуг з метою задоволення споживчого попиту та зводиться до вирішення питання щодо використання наявних ресурсів або прийняття рішення для досягнення найбільшого фінансового результату.

До сфери комерційної роботи підприємства відноситься і закупка їм ресурсів, необхідних для функціонування підприємства (сировина, матеріали, трудові ресурси, послуги субпідрядників і т.п.).

Організація ефективної комерційної роботи стає однією з головних задач підприємства. Вивчення потреб і попиту, вибір загальної орієнтації підприємства та пріоритетних напрямків його розвитку на ринку, стимулювання збуту продукції та послуг, боротьба з конкурентами, вибір раціональної цінової політики, забезпечення вигідних для підприємства умов договору з клієнтами – від цих та інших складових комерційної роботи залежить не тільки економічна результативність роботи підприємства, але іноді й саме його подальше існування як суб'єкту ринку.

1.3. Види комерційної діяльності транспортних підприємств

Комерційна діяльність, крім торгівлі, включає комплекс заготовчої, виробничої, будівельної, інвестиційної та іншої підприємницької діяльності, спрямованої на її реалізацію для отримання прибутку.

При цьому комерційна діяльність підприємств поділяється на:

- операційну – використання технічного, організаційного, інвестиційного, професійного та ін. потенціалів підприємства;
- закупочну – забезпечення ресурсами, інформацією, капіталом через відділи постачання;
- збутову – просування транспортних послуг споживачам через служби збуту.

Розвиток ринкових відносин показує, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах розвитку нестабільності зовнішнього середовища можливо досягти тільки завдяки комплексному підходу (сукупності операційної, збутової та закупочної складових) к управлінню господарською діяльністю організації, тобто реалізації концепції логістики.

На цей час можна виділити наступні основні види комерційної діяльності транспортних підприємств, у тому числі тих, що виступають в ролі посередників:

- маркетинг – орієнтує підприємство на реалізацію комерційних можливостей, що виникають на ринку, з використанням ресурсів підприємства, що забезпечують не тільки стабільне положення підприємства на ринку, але також його зріст;
- концентрація/розподіл ресурсів – проектування, формування та оптимізація логістичних систем, що забезпечують доведення ресурсів до місць переробки або споживання;
- торгівля – оперативне управління процесами просування продукції та послуг на ринок і передача прав власності на них у відповідності з інтересами споживачів;
- рух ресурсів (продукції) – фізичне переміщення ресурсів (продукції) в певних напрямках за узгодженням між суб'єктами логістичної системи.

Якщо управління всіма видами ресурсів розглядати комплексно, що характерно для підприємств будь-якого типу, то

комерційна діяльність являє собою сукупність операцій з забезпечення (матеріальне, інформаційне, фінансове та сервісне) та реалізації (щодо матеріалів, інформації, фінансових засобів, послуг), що представлено на рис. 1.3.

Слід зазначити, що окремі види комерційної діяльності підприємства можуть виконуватись паралельно, що потрібно враховувати при формуванні відповідних оптимізаційних моделей.

Основні операції комерційної діяльності транспортних підприємств:

- обмін науково-технічними розробками (патенти, ліцензії);
- обмін технічними послугами;
- послуги з оренди;
- консультаційні та інформаційні послуги;
- транспортні послуги;
- транспортно-експедиційні послуги;
- страхування вантажів та їх зберігання;
- розрахунки між клієнтами.

Комерційна робота транспортного підприємства зводиться до визначення найкращої стратегії поведження суб'єкта (перевізника, посередника та споживача) на ринку збуту транспортної продукції.

При прийнятті комерційних рішень враховуються ризики, можливі альтернативи, наслідки рішень, що приймаються, при цьому застосовуються принципи маркетингу та логістики.

В цілому при здійсненні комерційної діяльності транспортному підприємству слід узгоджувати можливості та економічні інтереси всіх суб'єктів логістичної системи і потреби споживачів ринку транспортних послуг.

1.4. Вимоги до персоналу комерційних служб транспортних підприємств

Комерційну діяльність виділяють в окремі підрозділи з метою підвищення конкурентоспроможності та якості – *комерційні служби*, які орієнтовані на ринок, мають фінансову відповідальність перед підприємством та забезпечують успішну взаємодію всіх учасників на всіх етапах реалізації угод з урахуванням взаємної вигоди.

Форми і методи організації комерційної роботи транспортних підприємств, склад і функції комерційних служб цих підприємств, розподіл обов'язків між їхніми співробітниками залежить від цілого ряду умов. При цьому визначаючими умовами є:

- розмір підприємства та обсяги його діяльності;
- кількість споживачів послуг підприємств;
- ринкова спеціалізація підприємств.

Крім перерахованих факторів, структура і задачі комерційної служби в багатьом залежать ще й від тих економічних умов, в яких знаходяться підприємство і споживачі його послуг.

Спеціалісти комерційної діяльності повинні мати професійну підготовку для вирішення наступних задач:

- комерційно-організаційна діяльність: формування асортименту послуг, підбір постачальників та споживачів; планування і організація процесів надання транспортних послуг; організація товаропотоків та створення системи стимулювання збуту; управління товарними запасами;

- науково-дослідницької діяльності: дослідження і аналіз товарного та транспортного ринків; дослідження конкурентоспроможності послуг; дослідження і моделювання бізнес-технологій; оптимізація транспортно-технологічних процесів; аналіз і оцінка ефективності комерційної діяльності;

- проектно-аналітична діяльність: проектування інформаційного забезпечення комерційної діяльності; прогнозування кон'юнктури товарних ринків; прогнозування номенклатури товарів; прогнозування та розробка стратегії комерційної діяльності підприємства на ринку; проектування процесів просування та реалізації послуг на транспортному ринку; прогнозування результатів комерційної діяльності підприємства.

Безпосереднє керівництво роботою комерційної служби підприємства виконує менеджер, функціями якого є:

- забезпечити раціональну взаємодію служб експлуатації, комерційної і економічної;

- формування та проведення ефективної збутової політики підприємства;

- загальний контроль і координація комерційної діяльності.

Вимоги до співробітників комерційної служби – вільна орієнтація в наступних питаннях:

- загальні питання роботи транспорту, в особливості економічні його аспекти;
- особливості роботи підприємств різних видів транспорту та коло послуг, які надаються споживачам;
- принципи ціноутворення на різноманітних видах транспорту;
- особливості роботи різних видів транспорту, їх недоліки та переваги;
- специфічні потреби різних груп споживачів та підприємств транспорту;
- стан на ринках товарів, які виробляються споживачами транспортних послуг;
- види діяльності та послуги виробничих підприємств; проблеми та перспективи розвитку;
- послуги та тарифи конкурентів.

1.5. Основні задачі комерційних служб транспортних підприємств

В цілому виділяють три основні групи задач комерційної діяльності:

- виробництво продукції (послуг);
- комерційне посередництво;
- комерція (продаж).

Посередниками виступають юридичні або фізичні особи, агенти, експедитори, дистриб'ютори, діяльність яких спрямована на обмін товарами, послугами, інформацією.

В процесі формулювання задач комерційної діяльності слід враховувати особливі умови, що відбиваються на кінцевому результаті: форс-мажорні обставини, штрафи, обман, крадіжки.

Основні задачі комерційних служб транспортних підприємств:

1. Вивчення стану і тенденцій розвитку транспортних послуг.

2. Вибір цільових секторів ринку, визначення сфери діяльності підприємства, участь в розробці загальної ринкової програми підприємства.

3. Участь в розробці тарифної політики та визначенні тарифів підприємства.

4. Стимулювання попиту на послуги підприємства.

5. Укладання договорів зі споживачами.

6. Комерційне забезпечення виконання укладених договорів.

7. Аналіз результатів комерційної діяльності підприємства.

Вивчення ринку проводиться комерційною службою підприємства постійно та передбачає роботу в наступних напрямках:

– збір інформації про вантажовласників та їх транспортних потребах. Вивчення характеру і тенденцій зміни попиту на різні види транспортних послуг у різних груп споживачів. Виявлення «областей незадоволеного попиту». Визначення сформованої і потенційної ринкової частки підприємства. Виявлення потенційних споживачів послуг підприємства. Вивчення особливостей окремих вантажовідправників;

– збір даних про підприємства-конкурентів і аналіз їх діяльності. Вивчення встановленого рівня тарифів і якості послуг, які надаються конкуруючими підприємствами. Аналіз специфічних форм комерційної роботи і послуг, які надаються споживачам конкуруючими підприємствами;

– вивчення можливостей співробітництва з іншими транспортними підприємствами при обслуговуванні споживачів. Аналіз доцільності покупки послуг інших підприємств і, навпаки, виконання власними силами послуг, які раніше покупалися у інших підприємств;

– вивчення знов введених в дію законодавчих актів, інших нормативних матеріалів, вимоги яких можуть обмежити комерційну діяльність підприємства чи, навпаки, створити нові можливості для її розвитку.

Вибір цільових секторів ринку, тобто тих груп споживачів і видів послуг, на яких АТП має намір зосередити свої зусилля, здійснюється при підтримці комерційної служби керівництвом підприємства і є найважливішою частиною роботи по підготовці загальної ринкової програми підприємства. В залежності від

розміру, спеціалізації та умов роботи транспортного підприємства така програма може розроблятися на період від одного до п'яти років.

Участь у розробці тарифної політики і тарифів – найважливіша функція комерційної служби. В умовах вільного ринкового ціноутворення тариф, який встановлює підприємство на свої послуги, повинен бути достатньо високим для забезпечення рентабельної роботи підприємства. З іншого боку, ціни повинні бути прийнятними для потенційних споживачів і забезпечувати таким чином, необхідний рівень попиту.

Автотранспортні та експедиційні підприємства звичайно визначають вартість послуги індивідуально по кожному замовленню (якщо тільки закон не потребує роботи згідно з оголошеними тарифами). Тому розробка тарифів являє собою самостійну і достатньо складну сферу комерційної діяльності.

Стимулювання попиту на послуги підприємства – робота, яка постійно проводиться комерційною службою і спрямована на отримання додаткових замовлень від вже існуючих споживачів та на залучення нових. Стимулювання попиту включає рекламну діяльність, приватні контакти зі споживачами та проведення акцій, які покращують імідж транспортного підприємства (контакти з суспільними організаціями, місцевою владою, пресою і т.п.)

Укладання договорів зі споживачами являє собою діяльність по визначенню і юридичному закріпленню умов угод між підприємством і споживачами його послуг. Для вантажного автомобільного транспорту характерно обслуговування споживачів як на основі довгострокових договорів, які укладаються на термін від декількох місяців до року, так і по разовим замовленням. По мірі розвитку ринкових відносин в економіці взаємовідносини між відправниками і одержувачами товарів стають все більш динамічними. В зв'язку з цим зростає частка разових замовлень на перевезення і договорів, які укладаються на короткі терміни. Тому діяльність по укладанню договорів зі споживачами ведеться підприємством практично постійно.

Комерційне забезпечення виконання укладених договорів включає оформлення товарно-транспортної документації, виконання взаєморозрахунків з вантажовласниками та іншими учасни-

ками транспортного процесу, розгляд взаємних комерційних претензій, які виникають між учасниками транспортного процесу, забезпечення розгляду позовів, які пред'являються в судовому порядку, інші роботи.

Аналіз результатів комерційної діяльності може проводитися, в залежності від спеціалізації і обсягів діяльності підприємств, щотижнево, щомісячно, щоквартально. Результати аналізу використовуються керівництвом підприємства для планування як оперативних так і довгострокових організаційних і фінансових підприємств.

Контрольні питання

1. Що являє собою ринок? Назвіть суб'єктів ринку транспортних послуг.
2. В чому полягає емерджентна властивість ринку транспортних послуг як системи?
3. Сутність комерційної діяльності на транспорті.
4. Види комерційної діяльності транспортних підприємств.
5. Назвіть вимоги до персоналу комерційних служб.
6. Наведіть структуру комерційної служби транспортного підприємства.
7. В чому полягають основні задачі комерційних служб транспортних підприємств?

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

2.1. Особливості транспортної послуги

Транспортна послуга – це комплекс робіт, які виконуються транспортним підприємством за плату і направлені на задоволення потреб вантажовідправників та вантажоодержувачів і інших учасників транспортного процесу.

Згідно цьому визначенню, під послугою розуміють не тільки перевезення вантажу, але й будь-яку операцію, пов'язану з підготовкою та здійсненням перевезення.

З точки зору теорії маркетингу послуга є різновидом товару, який має наступні особливості:

- 1) послуга не може існувати поза процесом її виробництва і отже, не може накопичуватися;
- 2) продаж послуги – це, практично, продаж самого процесу праці. Отже, якість послуги повністю визначається якістю процесу праці, а попереднє «відбракування» неякісних послуг виключено;
- 3) послуга являє собою конкретну споживчу вартість лише в певний час в певному місці, що різко обмежує можливість її заміни на ринку.

2.2. Класифікація послуг транспортних підприємств

Послуги, які надаються транспортними підприємствами можна класифікувати наступним чином:

За видом споживача послуги:

- послуги, що надаються вантажовідправникам чи вантажоодержувачам;
- послуги, що надаються іншим транспортним підприємствам;
- послуги, що надаються громадянам чи юридичним особам, які не беруть участь в перевізному процесі.

За способом надання послуги:

- послуги, які здійснюються власними силами транспортного підприємства;

– послуги, які здійснюються за допомогою залучення підприємств-субпідрядників.

За характером послуг:

1) *Перевізні послуги* – являють собою власне перевезення вантажів, які, в свою чергу, класифікуються за:

– дальністю та характером маршруту (міські, приміські, міжміські, міжнародні);

– участю підприємств інших видів транспорту (прямі, змішанні);

– розміром відправлення (дрібнопартійні, помашинні, партійні, масові);

– за іншими чинниками.

2) *Технологічні послуги*. До цих послуг відносяться роботи, які здійснюються з вантажами та вантажними одиницями: навантаження та розвантаження, установка та маркірування, пакування та контейнеризація, тимчасове зберігання, сортування, підтримання та контроль фізико-хімічних властивостей вантажу і т.п. Крім того, до технічних послуг можна віднести надання в оренду складських приміщень, механізмів та рухомого складу, виконання ремонтних робіт та ін.

3) *Інформаційні послуги* – роботи, які пов'язані зі збором, обробкою та передачею інформації між учасниками транспортного процесу.

4) *Комерційні послуги* – роботи, безпосередньо пов'язані з забезпеченням угод, які укладаються зі споживачами. До переліку комерційних послуг відносяться: виконання фінансових розрахунків з вантажовідправниками, вантажоодержувачами чи транспортними підприємствами від імені замовника перевезення; посередництво між виробником та споживачем продукції; виконання митних формальностей при міжнародних перевезеннях; оформлення процесу доставки вантажу (митне, санітарне, карантинне); оформлення з перевізниками чи їх агентами комерційних та інших актів про недостачі чи надлишки вантажів, псування та пошкодження вантажу і тари, пересорти; організація охорони та супровід вантажу в процесі його перевезення та зберігання; здійснення страхових операцій за дорученням вантажовідправника; розшук недоставлених вантажів і т.п.

5) *Експедиційні послуги*, які надають транспортно-експедиційні підприємства. Як правило, ці послуги носять комплексний характер та включають ряд взаємопов'язаних робіт.

Перелік експедиційних послуг надзвичайно великий. До них відносяться:

- вибір технології перевезення та пошук перевізника;
- консультування за умовами поставок;
- підготовка необхідних документів і оформлення договору перевезення;
- передача вантажу транспортному підприємству чи його агенту (порту, станції, пристані);
- оформлення прийомо-здавальних та перевізних документів (коносаменти, товарно-транспортні та залізничні накладні);
- організація навантажувально-розвантажувальних, складських робіт в пунктах відправлення, перевалки, призначення вантажу;
- збір відправок дрібних вантажів різних відправників та об'єднання (укрупнення) їх в збірні відправлення за напрямками перевезень;
- організація доставки вантажу «точно в термін», «від дверей до дверей», з забезпеченням схоронності;
- координація транспортного процесу, тобто організація ефективної взаємодії підприємств різних видів транспорту для забезпечення належної доставки вантажів;
- прийом вантажу в пункті призначення від перевізника чи його агента; перевірка в пункті прибуття кількості місць, ваги вантажу, стану тари та упаковки, перевірка якості вантажу;
- організація доставки вантажу із пункту призначення магістрального транспорту на склад одержувачу;
- розрахунок платежів;
- сприяння в розрахунках одержувача з відправником за товар за допомогою товарних, транспортних, платіжних та інших документів і т.п.

2.3. Показники якості транспортних послуг

Якість – наявність суттєвих ознак, характеристик, особливостей, що відрізняють одну послугу від інших [40].

Кінцевий результат роботи транспорту – якісне перевезення складається під впливом ряду факторів, що діють найчастіше різноспрямовано. Це і рівень задоволення потреб вантажовласника, і рівень організації транспортного виробництва, управління експлуатаційною роботою, кількісні і якісні параметри технічних засобів транспорту.

Об'єктивна необхідність забезпечення належної якості в процесі проектування та надання транспортних послуг ініціює застосування у виробничо-господарській діяльності транспортних підприємств певної системи показників, що дає змогу визначати й контролювати рівень якості транспортних послуг.

Рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції (послуги) для задоволення конкретного попиту на неї у порівнянні з відповідними базовими показниками за фіксованих умов споживання. Оцінка якості послуг передбачає визначення абсолютного, відносного, перспективного та оптимального її рівнів [42].

Для оцінки якості транспортних послуг ускладнено застосування ефективних кількісних методів з огляду на властивості цих послуг:

- споживач послуг досить часто сам приймає участь в процесі надання послуг;
- споживач послуг не стає їх власником;
- з процесом надання послуги не можна провести тестування перед оплатою;
- послуга – не є упередметненою, її неможна оглянути або потримати.

Найбільш значимими характеристиками транспортних послуг при оцінці їхньої якості виступають наступні:

- умови надання – стан обладнання та транспортних засобів, поводження персоналу;

- наявність гарантії виконання послуги – своєчасність відправки та доставки вантажу, відповідальність персоналу;
- надійність – виконання основних вимог споживача;
- компетентність персоналу – наявність певних навиків та необхідних знань;
- доступність – можливість налагодження контактів;
- безпечність – відсутність ризику;
- інформованість – надання споживачу повної та всебічної інформації стосовно послуги.

При оцінці якості транспортних послуг споживач порівнює фактичні значення параметрів якості з очікуваними. За умов досягнення порівняно близьких значень оцінюваних показників якість вважається задовільною.

Споживча оцінка якості ґрунтується на наступних критеріях:

- імідж підприємства, що здійснює транспортне обслуговування (наявна інформація про дане підприємство та про його рівень транспортного обслуговування);
- власні потреби споживачів (уявлення клієнта про якість, його вимоги);
- практичний досвід (порівняння з подібними послугами, які клієнту надавались в минулому);
- зовнішні комунікації (повідомлення з засобів масової інформації).

2.4. Типи транспортних підприємств та їх функції

Суб'єктами процесу транспортного обслуговування виступають перевізники, вантажовласники та оператори.

Оператор перевезень – особа, що безпосередньо відповідає за перевезення вантажу або така, що використовує для перевезення третю сторону. Оператори перевезень поділяються на експедиторів та агентів. Об'єктом послуг експедитора є партія вантажу, а об'єктом послуг агента – транспортний засіб.

Можна виділити окремі типи підприємств, що здійснюють транспортне обслуговування споживачів (рис. 2.2).

Транспортні підприємства виконують безпосередньо операції з перевезення вантажів та мають власний парк рухомого складу. Такі

підприємства створені на базі підприємств магістральних видів транспорту:

- залізничні станції;
- автотранспортні підприємства;
- морські та річкові порти;
- аеропорти.

Логістичні центри займаються управлінням сервісних потоків:

- організують комплексне обслуговування споживачів;
- надають логістичні послуги, супутні процесу перевезення вантажів;

- оптимізують процес доставки вантажів;

- застосовують сучасні технології та підходи к організації процесу доставки;

- використовують сучасні інформаційні технології та комп'ютерні мережі.

Логістичні центри створюються на базі:

- транспортних підприємств;
- складських комплексів;
- інформаційно-аналітичних компаній.

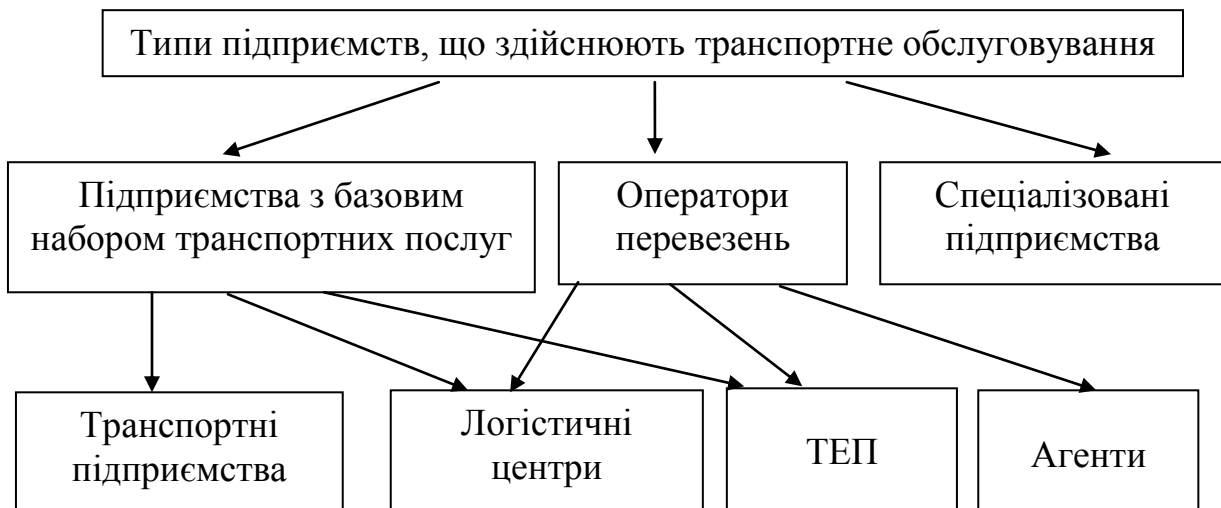


Рис. 2.2. Типи підприємств, здійснюючих транспортне обслуговування

Транспортно-експедиційне обслуговування (ТЕО) – діяльність, яка пов'язана з переміщенням вантажу, виконанням навантажувально-розвантажувальних робіт та комплексу додаткових послуг.

Комплекс послуг, що надаються спеціальними посередниками – транспортно-експедиційними підприємствами (ТЕП), як організаторами транспортного процесу, неоднозначно визначають існуючі навчальні посібники й наукові публікації.

Серед останніх робіт, що розглядають зміст комплексу транспортно-експедиційних послуг, необхідно виділити [1-3].

Виділяють 16 груп основних послуг, що надаються експедиторами [6]. Більшість виділених видів послуг відносяться до морського транспорту (стивідорні й сюрвейерські послуги, агентування, фрахтування), а митне оформлення, представлене як вид експедиторських послуг, є митним режимом і забезпечується відповідними митними службами.

Серед виділених 12 функцій ТЕП відзначаються: організація виконання доставки вантажів з гарантією схоронності на умовах і в строки, обумовлені договором, координація взаємодії всіх учасників доставки вантажів, організація страхування транспортних засобів і ін. [6].

Аналіз робіт [6] дозволив виділити 14 основних операцій, виконуваних експедиторами на автомобільному транспорті:

1. Складські операції: зберігання вантажів, укрупнення відправлень по напрямках доставки.
2. Оформлення товарно-транспортних документів.
3. Навантажувально-розвантажувальні роботи.
4. Організація прийому та здачі вантажів.
5. Платіжно-фінансові послуги.
6. Інформаційні послуги.
7. Розробка й обґрунтування схем доставки.
8. Оформлення документації по страхуванню.
9. Транспортування.
10. Відповідальний супровід.
11. Контейнеризація й пакетування.
12. Координація взаємодії учасників транспортного процесу.
13. Митне оформлення.
14. Маркування вантажів.

Наведені операції забезпечують основний виробничий процес ТЕП.

Більшість сучасних ТЕП надають послуги посередницького характеру: координування взаємодії вантажовласників і перевізників, розрахунки за надані послуги, митне оформлення й інформаційні послуги. Однак, відповідно до даних табл. 1 найбільше частими операціями з комплексу ТЕО є: складські операції, оформлення товарно-транспортної документації й навантажувально-розвантажувальні роботи.

Включення тих або інших операцій до складу комплексу послуг, надаваних конкретним експедитором, визначається структурою ТЕП і наявністю виробничої бази. Відповідно, експедиційні операції по даній ознаці можна розділити на дві групи: базові операції, не обумовлені виробничою базою (2, 6, 12), та інші операції, виконання яких вимагає наявності спеціальних ресурсів (1, 3-5, 7-11, 13, 14).

Виконуючи операції з комплексу транспортно-експедиційних послуг, ТЕП реалізує ряд функцій, які визначаються цілями функціонування експедитора для відповідних аналітичних рівнів. Використовуючи методологію теорії систем, можна виділити наступні рівні: ТЕП як окрема система й ТЕП як підсистема (елемент системи більш високого порядку).

На рівні ТЕП, як окремої системи, операції з комплексу транспортно-експедиційних послуг виконуються для реалізації підприємницької функції експедитора – одержання прибутку. На більш високому рівні (у складі системи більш високого порядку – ринку транспортних послуг) ТЕП є суб'єктом ринку й виконує ринкові функції, тут метою експедитора є підвищення конкурентоспроможності. На вищому рівні (у складі логістичної системи) ТЕП реалізує логістичну функцію, являючи собою елемент системи, що забезпечує ефективність її функціонування.

Реалізація підприємницької функції здійснюється при виконанні технологічних операцій (операції 1-6, 8-11, 13, 14). Підвищення якості виконання комплексу транспортно-експедиційних послуг, розробка й реалізація маркетингових заходів за безпечують ринкову функцію експедиторів. Логістична функція

реалізується при розробці й обґрунтуванні схем доставки, а також при координації взаємодії учасників транспортного процесу.

Операції, виконувані експедиторами, по типу використаних ресурсів можна розділити на три основні групи [6]:

- технічні – потребуючі використання спеціального устаткування (1, 3, 9-11, 14);
- операції по оформленню документації (2, 8, 13);
- аналітико-організаційні (4-7, 12) операції.

Виступаючи як посередник на ринку транспортних послуг, експедитор не всі операції комплексу транспортно-експедиційних послуг виконує власними силами. Тому експедиційні операції, забезпечувані конкретним ТЕРП, можна розділити на дві відповідні групи: операції, виконувані безпосередньо експедитором, і операції, виконувані підприємствами-субпідрядниками.

Підприємства, які спеціалізуються на наданні послуг певного виду, що необхідні для організації комплексного транспортного обслуговування, залучають до обслуговування споживачів на основі договору субпідряду. До таких спеціалізованих підприємств відносяться:

- брокерські фірми;
- страхові компанії;
- власники складів;
- підприємства сервісу.

Агенти – фізичні чи юридичні особи, що здійснюють діяльність на основі договору-доручення, коли продавці та покупці залучають посередників до здійснення угод від імені та за рахунок довірителя (принципала).

За обсягом повноважень агенти поділяються на:

- універсальних, що здійснюють будь-які юридичні дії від імені довірителя;
- генеральних, що укладають певні види угод, зазначені в довіреності.

Агенти, як правило, отримують комісійні виплати у вигляді відсотків від суми укладених самим агентом угод.

2.5. Напрямки в сфері організації транспортних послуг

В останній час постійно зростає важливість логістичних послуг, які нерозривно пов'язані з просуванням та реалізацією товарів. Розширюється номенклатура послуг, а отже все більша кількість компаній включається до цієї сфери, утворюючи підприємства сервісу. Питома вага транспортних послуг з розвитком ринкової економіки та її інфраструктури, як правило, зростає, і це характерно практично для всіх країн.

При наданні транспортних послуг базуються на положеннях:

- кожна послуга унікальна для споживача;
- послуги неможна виробляти про запас;
- надана послуга не може бути виконана знов;
- надану послугу неможна відремонтувати;
- від наданої послуги нічого не залишається, крім сприйняття інформації про її якість.

Транспорт відіграє ключову роль в системі руху товарів. Передбачається, що в подальшому техніко-експлуатаційні особливості окремих видів транспорту забезпечать їм надійне положення на ринку транспортних послуг, особливо в умовах підвищеного попиту на перевезення вантажів дрібними відправками, які, в свою чергу, прискорять розвиток автоматизованої обробки вантажів, контейнеризації та пакетизації, а також інформатики в області вантажної та перевізної роботи [2].

Різні групи споживачів потрібно обслуговувати у відповідності з їх конкретними потребами. Споживачі самі вибирають послуги, їх кількість та характер реалізації.

Виділяють два основних напрямки в сфері організації транспортних послуг:

1) пристосування асортименту послуг, що пропонуються, к специфічним вимогам клієнтів;

2) формування попиту на транспортні послуги, що існують, з метою прибуткової їх реалізації.

Контрольні питання

1. Надайте визначення транспортної послуги.
2. Охарактеризуйте особливості транспортної послуги.
3. Надайте класифікацію транспортних послуг.
4. Які показники якості транспортних послуг виділяють?
5. На яких критеріях ґрунтується споживча оцінка якості послуг?
6. Назвіть основні типи підприємств, здійснюючих транспортне обслуговування.
7. Які функції підприємств, що здійснюють транспортне обслуговування?
8. Які напрямки в сфері організації транспортних послуг виділяють?

3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТРАНСПОРТІ

3.1. Правові засади організації перевезень вантажів

Основні законодавчі документи, що регулюють правові відносини на транспорті:

- Закон України «Про транспорт»;
- Закон України «Про автомобільний транспорт»;
- Закон України «Про залізничний транспорт»;
- Закон України «Про трубопровідний транспорт»;
- Закон України «Про транспортно-експедиторську діяльність».

Для організації доставки вантажів необхідно укласти договір перевезень. Загальні положення про договір містяться в національних основах цивільного законодавства різних країн. Так, в Україні договір перевезення регламентується Цивільним кодексом. Умови перевезень вантажів та відповідальність конкретизуються законами, статутами (кодексами) залізничного, внутрішнього водного, автомобільного транспорту, Кодексом торговельного мореплавства України, Повітряним кодексом України, а також правилами перевезень вантажів, що розроблені для кожного виду транспорту.

Договір – угода двох або декількох юридичних осіб (підприємств, організацій, громадян), що встановлює та регулює їх взаємні права та обов'язки. В договірних правовідносинах виділяють суб'єктів, предмет та зміст договору.

Суб'єктами договору є сторони, що його укладають. Таким чином, в транспортних відносинах одним із суб'єктів договору є транспортні підприємства, а іншим – юридична особа, що користується послугами транспорту.

Предмет договору – майно, послуги або інша діяльність, з приводу якої укладається договір.

Зміст договору складає сукупність його умов, тобто формулюються права та обов'язки, які сторони покладають на себе.

Призначення договору – регулювання відносин сторін при виконанні перевезень. Умови, що встановлені транспортним законодавством не можуть змінюватись або відмінятись, вони діють

незалежно від угоди сторін. Тому умови, встановлені транспортним законодавством, не є предметом угоди сторін і в договір не включаються.

З метою забезпечення стабільності договірних відносин законодавство встановлює, що жодна із сторін не може одноосібно змінити умови договору або відмовитись від його виконання, за виключенням випадків, що передбачені законом.

Значення договору – на його основі організується та виконується транспортний процес.

Форма договору. Діюче законодавство встановлює письмову та усну форми договорів. Для окремих категорій договорів закон встановлює обов'язкову письмову форму.

За договором перевезень вантажу транспортна організація зобов'язується доставити довіреній їй відправником вантаж в пункт призначення та видати його особі, уповноваженій на отримання вантажу, а відправник зобов'язується сплатити за перевезення вантажу встановлену плату.

Предметом договору є транспортні послуги.

Транспортне законодавство передбачає принцип «вини», тобто перевізник з самого початку визнається винним у порушенні і на нього покладається доведення відсутності своєї вини.

Транспортним законодавством встановлені терміни доставки вантажів щодо кожного виду транспорту. Перевізник звільняється від відповідальності за порушення терміну доставки вантажу, якщо воно виникло не з його вини. За втрату, нестачу та пошкодження прийнятого до перевезень вантажу перевізник несе майнову відповідальність, якщо не доведе, що вони відбулись не з його вини. У транспортних статутах (кодексах) передбачені випадки, коли доведення вини перевізника у втраті, нестачі та пошкодженні вантажу покладається на вантажовідправника або одержувача вантажу.

Вимоги клієнта до перевізника оформлюються у вигляді претензії, а якщо вона не задоволена у встановлений законом термін, то вимоги подаються до суду або арбітражу у вигляді позову.

Діяльність, пов'язана з використанням засобів техніки, які можуть вийти з під контролю та заподіяти шкоду довкіллю, є

джерелом підвищеної небезпеки. Ті особи, яким належать транспортні засоби або вони тимчасово користуються ними (договір оренди, довіреності, тощо), називаються власниками джерел підвищеної небезпеки. Шкода, спричинена джерелом підвищеної небезпеки, повинна бути відшкодована власником як за відсутності його вини, або його працівника так і в разі випадкового спричинення.

Організації та громадяни можуть бути звільнені від майнової відповідальності, якщо доведуть, що шкода виникла внаслідок непереборної сили (удар блискавки, землетрус тощо) або наміру потерпілого (стрибнув на ходу з транспортного засобу тощо). Перевізник відшкодовує збитки і тоді, коли вони настали у випадку непереборної сили, якщо не доведе, що поряд з дією непереборної сили настанню та збільшенню шкоди сприяла груба необережність самого потерпілого. За наявності вини робітника організація може пред'явити до нього регресійний позов про сплату коштів, відшкодованих потерпілому.

До міжнародних перевезень відносять перевезення, що здійснюються територією двох і більше країн на основі міжнародних угод (конвенцій).

Міжнародні перевезення підлягають особливому правовому регулюванню. Джерелами правового регулювання міжнародних перевезень є: двосторонні міждержавні угоди; багатосторонні конвенції і угоди, розроблені в рамках ООН; норми внутрішнього законодавства.

Співвідношення між нормативними актами національного і міжнародного законодавства визначається ст. 42 Закону України «Про транспорт», в якій зазначено, що, якщо міжнародним договором, укладеним Україною, встановлені інші правила, ніж ті, що містяться в законодавстві України про транспорт, то застосовують правила відповідного міжнародного договору. Таким чином, національне законодавство застосовується до міжнародних перевезень, якщо його положення не суперечать міжнародним угодам. Необхідно мати на увазі, що міжнародні угоди передбачають лише найбільш загальні умови перевезень. Тому виникає необхідність для регулювання конкретних умов міжнародних перевезень застосовувати норми національного законодавства.

Причому, в першу чергу застосовуються нормативні акти національного законодавства, спеціально прийняті для регулювання міжнародних перевезень, а з питань, що не врегульовані цими спеціальними актами, застосовується загальне транспортне законодавство.

За своїм призначенням та основними правовими ознаками договір міжнародних перевезень однотипний з договором перевезень внутрішнього сполучення. Така подібність обумовлена ідентичністю предмету обох договорів та широким використанням при укладанні угод про міжнародні сполучення норм національного права. В той же час є ряд відмінностей: договір міжнародних перевезень регламентується передусім міждержавними угодами, а в разі їх відсутності - правилами національного законодавства; однією із сторін є іноземна фізична або юридична особа; є відмінності у порядку оформлення (використання міжнародного транспортного документу), в його умовах (термін доставки, перевізні збори, відповідальність перевізника), а також у порядку вирішення можливих спорів (особливі строки для подачі претензій та позовів, спеціальна юрисдикція).

3.2. Регулювання допуску до транспортного обслуговування

Основою допуску до здійснення транспортної діяльності у всьому світі є система ліцензування.

Ліцензія - документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов.

Ліцензія, видана підприємству, не просто дозволяє йому виконання автомобільних перевезень вантажів. Ліцензія має індивідуальний характер та призначена:

— визначати вимоги до самого транспортного підприємства (наявність необхідного рухомого складу, стабільний економічний стан) і до підприємця (професіональна придатність, гарна репутація та ін.);

– встановлювати вид діяльності, який дозволено для даного АТП (наприклад, виконання тільки міських та приміських перевезень вантажів);

– приписувати АТП дотримання певних тарифних правил (наприклад, ліцензія може зобов'язувати транспортне підприємство публікувати свої тарифи чи погоджувати їх з місцевими органами влади) і т.п.

Можна сказати, що видана ліцензія повністю визначає статус підприємства на ринку. Ліцензія також є і засобом державного захисту АТП від несумлінної конкуренції.

Поряд з ліцензуванням, важливим інструментом допуску до автотранспортної діяльності є сертифікація окремих видів продукції та послуг.

Сертифікація спрямована на забезпечення безпеки експлуатації автотранспортних засобів та технологічного обладнання автотранспорту. Наявність відповідного сертифікату є для ряду видів діяльності обов'язковою умовою отримання ліцензії.

Ліцензування – це видача транспортним підприємствам та підприємцям компетентними державними органами дозволу (ліцензій) на виконання тієї чи іншої діяльності, а також контроль вимог та умов, які передбачені виданими ліцензіями.

Порядок ліцензування автотранспортної діяльності України регламентується «Положенням про ліцензування перевізної, транспортно-експедиційної та іншої діяльності, яка пов'язана зі здійсненням транспортного процесу, ремонтом та технічним обслуговуванням транспортних засобів на автомобільному транспорті в Україні».

Ліцензування здійснюється на платній основі.

Ліцензуванню на території України підлягає діяльність будь-яких підприємств, закладів, організацій незалежно від форм власності та відомчої приналежності, а також підприємців, якщо вони здійснюють міські, приміські, міжнародні автомобільні перевезення, за виключенням деяких, до яких відносяться:

1. Технологічні (внутрішньооб'єктні, внутрішньозаводські та внутрішньокар'єрні) перевезення, які здійснюються автотранспортними засобами без виходу на дороги загального користування.

2. Перевезення (крім міжобласних), які здійснюються автомобільним транспортом селянських (фермерських) господарств, с/г кооперативів та ін. підприємств та організацій агропромислового комплексу для потреб с/г, а також міжобласні перевезення с/г продукції, продуктів її переробки, мінеральних добрив, засобів захисту рослин, с/г техніки, обладнання та запасних частин.

3. Перевезення, які здійснюються за спеціальними постановами Уряду України.

4. Перевезення, які пов'язані з ліквідацією наслідків стихійних лих.

5. Перевезення, які здійснюються спеціальними та учбовими автомобілями.

6. Перевезення автомобільними транспортними засобами, які належать закладам охорони здоров'я, державним підприємствам зв'язку, озброєних сил, органам державної безпеки та внутрішніх справ.

Отримуючи ліцензію на виконання перевезень, власник рухомого складу одночасно повинен отримати на кожний автомобільний транспортний засіб спеціальну *ліцензійну картку*. Колір картки відповідає дозволений підприємству (згідно з виданою ліцензією) зоні діяльності: блакитний колір – міські та приміські перевезення; жовтий колір – внутрішньообласні міжміські перевезення; червоний колір – міжобласні міжміські перевезення; зелений колір – міжнародні перевезення.

Ліцензійна картка повинна бути закріплена на видному місці за вітровим склом автомобілю. Її наявність дозволяє працівникам органів Української транспортної інспекції Державного департаменту автомобільного транспорту (УТІ) та ДАІ безпосередньо на лінії визначати правомірність роботи конкретного автомобілю у певній зоні діяльності.

Видача ліцензій здійснюється регіональними відділеннями Української транспортної інспекції (УТІ).

Для отримання ліцензій підприємства, організації, заклади та підприємці надають в органи УТІ:

– заяву з вказівкою виду та зони діяльності, а також терміну дії ліцензії;

– копію документу, який посвідчує державну реєстрацію підприємства чи підприємця, а для організації чи закладу – копію затвердження в установленому порядку статуту чи положення;

– відомості про кількість автотранспортних засобів, які є у підприємства, та про інші основні фонди, які забезпечують виконання вказаної у заяві діяльності;

– копію документа, який підтверджує професійну придатність керівника підприємства, організації, закладу, підприємця або осіб, які уповноважені ними для керівництва ліцензованою діяльністю (диплома о закінченні спеціального навчального закладу чи документа, який підтверджує стаж роботи за спеціальністю не менш 5 років). Якщо документів немає, то цим особам необхідно здати іспит з професійної придатності.

Підприємства, організації, заклади та підприємці можуть мати одночасно декілька видів ліцензій на різні види діяльності.

Місцеві органи виконавчої влади мають право своїм рішенням встановлювати *додаткові ліцензійні умови*, які визнані забезпечити захист інтересів споживачів послуг транспорту у конкретному населеному пункті чи регіоні. До числа додаткових умов можуть відноситися:

– обов'язкова участь підприємства у перевезеннях вантажів, здійснюється за спеціальними постановами Уряду (перевезення с/г продукції на період збиральної компанії та ін.);

– участь підприємств у соціально-необхідних перевезеннях вантажів для потреб комунального господарства (вивіз сміття, снігу та ін.); робота у вихідні дні з обслуговування транспортних вузлів;

– транспортне обслуговування садових кооперативів та населення по доставці палива, будівельних матеріалів, добрив.

Підприємству чи підприємцю може бути відмовлено у видачі ліцензії.

Причини відмови:

– невідповідність професійної підготовки;

– невірні відомості у документах;

– невідповідність виробничої бази заявника екологічним вимогам чи вимогам утримання транспортних засобів у технічно справному стані;

– невиконання інших умов, необхідних для здійснення діяльності, яка вказана у заяві.

3.3. Методичні основи проектування системи якості на транспортних підприємствах

Як показує зарубіжний досвід, для транспортних підприємств стандартом є ISO 9002-96 «Система якості. Модель при забезпеченні якості при виробництві, монтажі та обслуговуванні».

Проектування системи якості починається з розробки керівництвом транспортних підприємств основопологаючої документації, яка є «оболонкою» всієї системи. До даної документації відноситься керівництво з якості, програма якості, методики та протоколи якості (рис. 3.1).

Керівництво з якості являє собою документ, в якому повністю описується система якості транспортних послуг.

Керівництво з якості містить:

- політику і цілі транспортних підприємств в області якості;
- структуру підприємства, включаючи розподіл обов'язків та відповідальності по кожному конкретному співробітнику;
- описання практичних заходів підприємства, які спрямовані на забезпечення якості надаваних послуг;
- структуру та розподіл документації по системі якості.

Програма якості описує конкретні дії підприємства, які спрямовані на забезпечення максимального рівня якості надаваних послуг.

Методики є невід'ємною частиною кожного процесу системи якості. В методиках повинні бути відображені способи покращення функцій усіх виробничих процесів, які властиві транспортному підприємству, як зокрема, так і взагалі.

Протоколи якості – це документи, які містять інформацію про всі основні дії та результати в рамках системи якості, включаючи ступінь досягнення підприємством поставлених цілей; ступінь задоволеності споживачів послугою, що надається; ефективність функціонування виробничих процесів транспортних підприємств і т.п.



Рис. 3.1. Система якості фірми

Основою системи якості є чотири основних елементи: маркетинг, проектування послуги, надання послуги, аналіз виконання послуги та підвищення якості, які включають всі виробничі процеси, властиві транспортному підприємству і функціонують на основі *петлі якості* (рис. 3.2).

Петля якості включає наступні етапи.

1. Процес маркетингу необхідний для дослідження величини та особливостей потреб клієнтури, для визначення ринків збуту та вивчення діяльності основних конкурентів.

2. Процес проектування послуги складається з трьох складових: специфікація послуги, специфікація її надання та специфікація управління якістю.

Специфікація послуги містить повне і точне формулювання надаваної послуги, включаючи характеристики послуги, які підлягають оцінці споживачем, а також нормативи по кожній характеристиці.

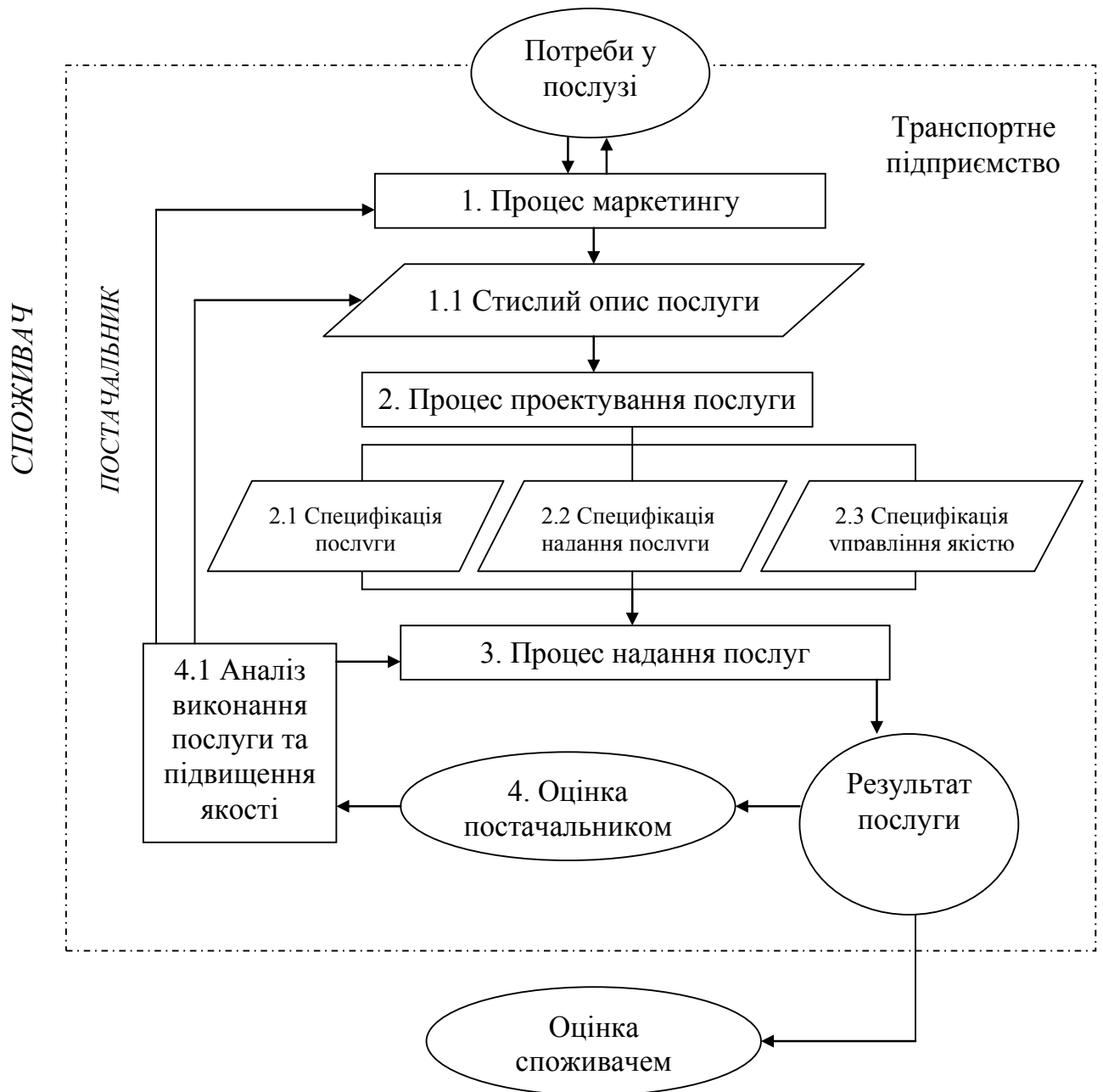


Рис. 3.2. Петля якості транспортної послуги:

- – потреба в послугі/результат;
- – процеси послуги;
- ◌ – дії з послуги;
- ▱ – документи по процесам послуги.

Основні параметри, які є елементами специфікації послуги для транспортного підприємства наступні:

- географія перевезень, які здійснює підприємство;

- тарифні ставки з окремих маршрутів та система знижок;
- номенклатура вантажів, які транспортне підприємство здатне перевозити;
- повний перелік додаткових послуг (крім перевезень) – експедиторські, консультаційні, складські і т.п. – з вказівкою тарифних ставок і системи знижок;
- відомості про терміни перевезень на різні відстані;
- граничні відхилення від розрахункового часу перевезення;
- система забезпечення гарантій безпеки перевезень.

Специфікація надання послуги повинна містити інформацію про те, яким чином ті чи інші послуги будуть надані, включаючи вимоги до ресурсів та персоналу.

Надання послуг транспортним підприємством здійснюється за допомогою сукупності процесів.

Основними є:

- процес управління;
- процес праці водіїв;
- підвищення кваліфікації персоналу;
- розробка маршруту перевезень;
- уточнення та обробка замовлень на перевезення;
- формування партнерських відносин з іншими суб'єктами транспортного процесу;
- технічне обслуговування і ремонт рухомого складу;
- процес контролю якості придбаної продукції (рухомого складу).

Специфікація управління якістю являє собою засоби та методи, за допомогою яких не тільки оцінюється ефективність функціонування тих чи інших виробничих процесів, але й на основі яких здійснюється покращення функціонування даних процесів. Специфікація управління якістю тісно пов'язана з четвертим елементом системи якості – «Аналіз виконання послуги та підвищення її якості».

3. Процес надання послуги – це контроль дотримання приписань специфікації надання послуги.

4. Аналіз виконання послуги та підвищення якості – оцінка ефективного функціонування виробничих процесів та оцінка якості надаваних послуг.

Оцінювати роботу необхідно на основі чотирьох груп показників:

- показники, які характеризують відповідність роботи транспортного підприємства нормативам (законам, положенням);
- показники, які характеризують ефективність функціонування (етап проектування послуги);
- показники, які характеризують якість перевезень;
- показники, які характеризують думку клієнтури.

Керівництвом транспортного підприємства повинні бути розроблені спеціальні методики, які дозволять забезпечити певні кількісні оцінки наведених вище груп показників.

В якості прикладу – методика оцінки якості перевезень, які виконуються автотранспортним підприємством у міжнародному сполученні.

Схоронність перевезених вантажів оцінюється за допомогою коефіцієнту K_c . Даний коефіцієнт являє собою відношення числа обґрунтованих рекламацій (S_p), пред'явлених до перевізника в зв'язку з псуванням, частковою чи повною втратою вантажів, до загальної кількості їздок з вантажем у прямому напрямку (Z_{iBP}), у зворотньому напрямку (Z_{iB3}), при перевезеннях до (з) третіх країн (Z_{iBT}):

$$K_c = \frac{S_p}{Z_{iBP} + Z_{iB3} + Z_{iBT}} \quad (3.1)$$

Обґрунтованими вважаються рекламації у тому випадку, якщо перевізник визнав свою провину, чи його провина доведена судом.

Перевезення вантажів *точно в термін* оцінюється за допомогою коефіцієнту K_{TT} , який являє собою відношення кількості їздок з вантажем виконаних з порушенням часових вимог, визначених в договорі та перевищуючих максимальне припустиме відхилення від даного часу (Z'_{iBP} , Z'_{iB3} , Z'_{iBT}) до загальної кількості їздок з вантажем:

$$K_{\text{ТТ}} = \frac{Z'_{\text{ІВП}} + Z'_{\text{ІВЗ}} + Z'_{\text{ІВТ}}}{Z_{\text{ІВП}} + Z_{\text{ІВЗ}} + Z_{\text{ІВТ}}}. \quad (3.2)$$

Економічність перевезень являє собою співвідношення двох складових, які проявляються у зниженні собівартості перевезень – одного зі шляхів економії коштів підприємства, і у зниження рівня тарифів, що економить кошти клієнту. Однак, зниження рівня тарифів (якщо це не демпінг) повинно бути обґрунтованим. Як показує аналіз виробничо-господарської діяльності багатьох транспортних підприємств, рівень витрат у міжнародному сполученні практично однаковий. Однак, вартість перевезень для клієнта значно зростає в тому випадку, коли йому доводиться сплачувати зворотній (прямий) порожній пробіг автотранспортного засобу.

При ефективній роботі комерційної служби транспортних підприємств, у ряді випадків, можливе отримання замовлень від інших клієнтів (експедиційних компаній), які дозволяють організувати пробіг з вантажем як у прямому, так і зворотному напрямку. В цьому випадку істотно знижується вартість перевезень як для одних, так і для інших клієнтів при практично постійних витратах підприємства. Таким чином, можна оцінити економічність перевезення ($K_{\text{ек}}$):

$$K_{\text{ек}} = 1 - \frac{Z_{\text{ІВП}} + Z_{\text{ІВЗ}} + Z_{\text{ІВТ}}}{Z_{\text{ІВП}} + Z_{\text{ІВЗ}} + Z_{\text{ІВТ}} + Z_{\text{пор}}}, \quad (3.3)$$

де $Z_{\text{пор}}$ – загальна кількість порожніх їздок.

Безпека перевезень поділяється на декілька видів:

– екологічну безпеку, яка забезпечується за допомогою відповідності викидам продуктів згоряння та шумових параметрів згідно вимог Євро-5, Євро-6;

– дорожньо-транспортну безпеку, яка полягає у зведенні до мінімуму ДТП.

Оцінювати безпеку перевезень, яка прямо торкається інтересів клієнтури, можна за допомогою коефіцієнту ($K_{\text{без}}$), який являє собою відношення числа ДТП ($S_{\text{дтп}}$), винуватцем яких частково чи повністю є транспортні підприємства, і при яких було заподіяно збиток третім особам, чи були порушені обов'язки транспортного

підприємства перед клієнтом, до загальної кількості вантажних та порожніх їздок:

$$K_{\text{без}} = \frac{S_{\text{дпн}}}{Z_{\text{ern}} + Z_{\text{ero}} + Z_{\text{err}} + Z_{\text{пор}}}, \quad (3.4)$$

Комплексний показник якості перевезень (K) розраховується за формулою середньозваженого арифметичного:

$$K = \frac{K_{\text{с}} \cdot \alpha_{\text{с}} + K_{\text{тс}} \cdot \alpha_{\text{тс}} + K_{\text{ек}} \cdot \alpha_{\text{ек}} + K_{\text{без}} \cdot \alpha_{\text{без}}}{4}, \quad (3.5)$$

де $\alpha_{\text{с}}$, $\alpha_{\text{тс}}$, $\alpha_{\text{ек}}$, $\alpha_{\text{без}}$ – вагомі множники, які характеризують зазначені показники відповідно.

Коефіцієнт K має діапазон значень від 0 до 1. Чим менше значення коефіцієнту K , тим вище рівень якості перевезень. При $K < 0,25$ якість перевезень можна враховувати прийнятною.

Найбільш об'єктивно оцінка ефективності функціонування системи якості здійснюється в її сертифікації.

3.4. Сертифікація систем якості на відповідність стандарту ISO 9000

Діяльність з сертифікації в Україні базується на законах України «Про захист прав споживачів», «Про сертифікацію продукції та послуг», Правилах по проведенню сертифікації в Україні та інших нормативних актах. Для забезпечення визнання сертифікатів та знаків відповідності за рубежом Правила по проведенню сертифікації в Україні, а також інша нормативна документація побудовані у відповідності з діючими міжнародними нормами і правилами, які викладені в керівництвах Міжнародної організації зі стандартизації (ІСО) і Міжнародної електротехнічної комісії (МЕК), міжнародних стандартах ІСО серій 9000 і 10000, європейських стандартах серій 45000 і 29000, в документах міжнародних та регіональних організацій.

Сертифікація здійснюється в цілях:

1) створення умов для функціонування підприємств, закладів, організацій та підприємців на єдиному товарному ринку України, а також для участі у міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві і міжнародній торгівлі;

2) сприяння споживачам у компетентному виборі продукції (послуг);

3) захисту споживачів від несумлінного виробника (продавця, виконувача);

4) контролю безпеки виробництва продукції (послуг) для навколишнього середовища, життя, здоров'я та майна громадян;

5) підтвердження показників якості продукції, заявлених виробником.

Відповідність вимогам і рекомендаціям цих стандартів свідчить про здатність підприємства підтримувати стабільність якості й поліпшувати результативність своєї роботи. Також відповідність вимогам ISO 9001 свідчить про деякий рівень надійності підприємства. З погляду багатьох західних і японських компаній, відповідність вимогам ISO 9001 – це той мінімальний рівень, що дає можливість входження в ринок.

Сертифікація може бути як обов'язковою, так і добровільною.

Обов'язкова сертифікація здійснюється у випадках, які передбачені законодавчими актами України. Номенклатуру товарів (послуг), які підлягають обов'язковій сертифікації, визначає Держстандарт України та інші державні органи керування у відповідності з їх компетенцією, на які покладаються організація та проведення робіт з обов'язкової сертифікації.

Добровільна сертифікація здійснюється за ініціативою юридичних осіб і громадян на основі договору між заявником та органом з сертифікації.

Стосовно автомобільних перевезень обов'язкової сертифікації в Україні підлягають лише послуги з перевезення пасажирів. Що стосується сертифікаційних систем якості АТП, то даний процес має добровільний характер.

Сертифікаційна система якості включає в себе організацію робіт (передсертифікаційний етап) та три етапи сертифікації:

I – попередня оцінка системи якості;

II – перевірка і оцінка системи якості в організації;

III – інспекційний контроль за сертифікаційною системою якості.

Склад вихідних документів, які надаються в орган з сертифікації для попередньої оцінки систем якості включає:

1) декларацію – заявку на проведення сертифікації системи якості;

- 2) політику організації (заявника) в області якості;
- 3) керівництво з якості;
- 4) перелік документів системи якості;
- 5) структурну схему організації (заявника) і структурну схему її служби якості;
- 6) заповнену анкету-запитальник проведення попереднього обстеження системи якості;
- 7) заповнення вихідних даних для попередньої оцінки стану виробництва.

Орган з сертифікації має право вимагати від організації, яку перевіряють:

- 1) документ, який регламентує процеси керування документацією у заявника;
- 2) документ, який регламентує проведення внутрішніх перевірок системи якості замовника;
- 3) документи, які описують технологію надання послуг.

Попередня оцінка системи якості здійснюється з метою визначення готовності організації, яку перевіряють, до сертифікаційної системи якості і доцільності подальшого проведення робіт з сертифікації.

При позитивному висновку по I етапу сертифікації і після улагоджування усіх необхідних формальностей починається II етап. Обстеження організації, яку перевіряють, в рамках II етапу здійснюється шляхом збору і аналізу фактичних даних і реєстрації спостережень в ході перевірки.

Збір фактичних даних здійснюється наступним чином:

- опитування персоналу;
- аналіз документів, які використовуються;
- аналіз процесу надання послуг;
- аналіз діяльності функціональних підрозділів;
- аналіз діяльності персоналу;
- вивчення і оцінка заходів, які проводяться, з забезпечення якості послуг, включаючи дотримання норм українського та міжнародного законодавства.

Результатом перевірки і оцінки системи якості може бути один з трьох варіантів:

1. Система повністю відповідає заявленому стандарту і іншим документам на відповідність яким здійснюється перевірка.

2. Система в цілому відповідає стандарту та іншим документам, на відповідність яким здійснюється перевірка, але виявлені окремі малозначні невідповідності з елементами системи.

3. Система містить значні невідповідності.

Рішення про рекомендації системи якості до сертифікації приймає головний експерт органу з сертифікації по узгодженню з керівництвом органу на основі акту про результати перевірки і оцінки системи якості, як правило три роки. Інспекційний контроль за сертифікаційними системами (III етап) установлюється на весь період дії сертифікату, але не менш одного разу за рік.

3.5. Аналіз методик оцінки якості обслуговування транспортного підприємства

Параметри оцінки якості доставки та методи їх визначення представлено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Параметри оцінки якості доставки

Параметр якості	Показник	Методи визначення показника	Джерело інформації
1	2	3	4
1. Ціна	Вартість послуги	Розрахункові методи, договір	Прейскурант, прайс-лист
2. Надійність			
2.1. Своєчасність	Строк доставки	Прогнозні, експертні методи	Статистичні дані
2.2. Схоронність	Частка: - втрачених вантажів - зіпсованих вантажів		
	2.3. Рівень ризику		
2.4. Безпечність дорожнього руху	Кількість ДТП за рік (на обсяг транспортної роботи)		
2.5. Екологічна безпечність	Рівень токсичності, шумність		

1	2	3	4
2.6. Сумісність	Час самостійної роботи	Прогнозні, експертні методи	Статистичні дані
	Відсоток вдалих сумісних проектів		
	Наявність систем зв'язку		
	Сумісність документації		
	Технічна сумісність (по типам тари, упаковки, типам кузова)		
2.7. Імідж	Репутація фірми (кількість скарг на рік)	Маркетингові методи, опитування	Статистичні дані, засоби масової інформації, інформація від партнерів та клієнтів
	Рівень якості виконуваних послуг		
	Доброзичливість та чесність кадрів		
	Професійна підготовка кадрів		
	Фінансова спроможність		
	Середовище клієнтів		
3. Гнучкість системи			
3.1. При обслуговуванні	- наявність різних рівнів обслуговування; - можливість змін умов доставки при виконанні	Маркетингові методи, договір	Договори, прейскурант, прайс-листи
3.2. при оплаті	Кредит, знижка платежу і т. ін.		
4. Доступність			
4.1. Зручність обслуговування	Витрати на обробку замовлень (в людино-годинах)	Прогнозні методи	Статистичні дані
4.2. Готовність	Відсоток виконаних робіт		
5. Інформативність			
5.1 Достовірність інформації	Відсоток помилкової інформації	Прогнозні, експертні методи, договір	Статистичні дані
5.2 Оперативність представлення інформації	Час, витрачений на підготовку інформації		
	Частота передачі інформації		
5.3 Повнота інформації	Коло питань, на які можна надати інформацію		

1	2	3	4
6. Комплексність			
6.1 Можливість надання основних послуг	Асортимент передбачених послуг	Маркетингові методи, договір	Статистичні дані, ліцензія
6.2 Максимальний обсяг робіт за видами послуг	Технічні, інформаційні, фінансові послуги		
	Технічна підготовленість машин та обладнання		
6.3 1 Можливість виконання додаткових послуг	Перелік послуг (правових, консультації і т. ін.)		

Головною проблемою оцінки якості транспортного обслуговування є вибір і наукове обґрунтування системи показників. Аналіз закордонного досвіду на прикладі Канади показує такий набір показників: своєчасність; термін доставки; схоронність вантажів; зручність користування системою перевезень; економічність доставки вантажів з додаванням можливості контролю за просуванням вантажу.

Методика запропонована фахівцями ХНАДУ [39]:

$$K_0^{\text{ТЕО}} = \sum_{i=1}^n K_i \cdot R_i, \quad (3.6)$$

де $K_0^{\text{ТЕО}}$ – загальний показник якості транспортно-експедиційного обслуговування (ТЕО);

K_i – ваговий коефіцієнт i -го показника якості;

R_i – рівень значення i -го показника.

$$R_{\text{ВВ}} = \left(1 - \frac{C_{\text{СВ}}}{Ц_{\text{В}}}\right) \cdot 100\%, \quad (3.7)$$

де $R_{\text{ВВ}}$ – рівень втрати вантажу;

$C_{\text{СВ}}$ – економічні втрати споживача, які пов'язані з незабезпеченням схоронності вантажу, грн/т;

$Ц_{\text{В}}$ – вартість вантажу, грн/т.

$$R_{33} = \frac{C_{св}}{C_{дв}} \cdot 100\%, \quad (3.8)$$

де R_{33} – рівень додаткових витрат клієнта на забезпечення збереження вантажу;

$C_{дв}$ – додаткові витрати клієнта на забезпечення збереження вантажу, грн.

$$R_{тв} = \left(1 - \frac{T_{авто}}{Ц_{в}}\right) \cdot 100\%, \quad (3.9)$$

де $R_{тв}$ – рівень тарифів на автомобільному транспорті по відношенню до вартості вантажу;

$T_{авто}$ – тариф на автомобільні перевезення, грн/т.

$$R_{тк} = \left(1 - \frac{T_{к}}{Ц_{в}}\right) \cdot 100\%, \quad (3.10)$$

де $R_{тв}$ – рівень тарифів конкурентів по відношенню до вартості вантажу;

$T_{к}$ – тариф конкурента, грн/т.

Методика запропонована фахівцями УкрДАЗТ поділяється на два підвиди: для значної та незначної інфляції [39].

Для значної інфляції

$$K^{ТЕО} = \left[\frac{1 - \alpha}{1 + \frac{F}{360 \cdot 100}} \right]^{t \cdot (1 + \beta)}, \quad (3.11)$$

де $K^{ТЕО}$ – загальний показник якості ТЕО;

α – ризик втрат вантажу;

F – облікова ставка банку (або інфляції), % річних;

t – розрахункова довготривалість ТЕО,

β – ризик невиконання терміну доставки вантажу.

Для незначної інфляції

$$K^{ТЕО} = (1 - \alpha)^{t \cdot (1 + \beta)}. \quad (3.12)$$

В [8] автор передбачає оцінити якість через інтегральний показник якості перевезення вантажів.

Для обґрунтування набору показників оцінки якості перевезень вантажів автором розроблена анкета, за допомогою якої виявились найважливіші показники (коефіцієнти) якості перевезення вантажів. Після обробки інформації, отриманої з відповідей на запитання анкети визначено чотири основних показники якості перевезень вантажів, що є найбільш важливими: показник своєчасної доставки вантажів, показник схоронності вантажів, показник економічності перевезень, показник ступеня заповнення кузова. Система оцінки та управління якістю перевезень вантажів полягає в тому, щоб розрахувати інтегральний показник якості, що є добутком чотирьох зазначених показників

$$K_{\text{ИНТ}} = K_{\text{СВ}} \cdot K_{\text{СХОР}} \cdot K_{\text{ЕК}} \cdot K_{\text{ЗК}}, \quad (3.13)$$

де $K_{\text{СВ}}$ – коефіцієнт своєчасної доставки вантажів;

$K_{\text{СХОР}}$ – коефіцієнт схоронності вантажів під час перевезення;

$K_{\text{ЕК}}$ – коефіцієнт економічності перевезень;

$K_{\text{ЗК}}$ – коефіцієнт якості, який характеризує наповненість кузова.

Описана методика характеризує лише одну сторону ефективності та якості автотранспортних послуг. Тому цей аналіз повинен бути доповненим і іншими дослідженнями, наприклад з урахуванням ціни транспортної послуги.

Методика, запропонована ЦНДІТЕД, включає такі основні показники транспортного обслуговування вантажовласників [35]:

– рівень швидкості або строку доставки в порівнянні з нормами;

– рівень схоронності вантажів;

– повнота задоволення попиту на транспортні послуги за обсягом заявлених перевезень;

– рівень дотримання гарантованої ритмічності, регулярності чи погодженої рівномірності доставки вантажів «точно в термін» у часі доби, тижня, місяця чи кварталу року;

– рівень комплексності транспортного обслуговування вантажовласників у відповідності зі стандартами або договорами від моменту замовлення та навантаження до моменту розвантаження та здачі вантажу одержувачу по системі «від дверей до дверей»;

– рівень транспортної доступності або забезпеченості користувачів транспортних послуг;

- рівень безпеки перевезень;
- рівень екологічності перевезень.

Більшість із запропонованих авторами методик [15] враховують лише окремі часткові показники, наприклад тільки термін доставки, рівень штрафів або рівень схоронності. Але окремі показники не враховують всіх впроваджених заходів підприємства (новий рухомий склад або високий рівень транспортної доступності). Часткових показників оцінки якості дуже багато, тому потрібен системний підхід до оцінки якості. Саме споживач є основним оцінювачем транспортної послуги. Задоволеність перевізника якістю транспортних послуг, які надаються, може не відповідати задоволеності споживача цих послуг. У споживача транспортної послуги повинна бути можливість обирати ті послуги з числа пропонованих підприємством, які йому потрібні і у такий спосіб самостійно визначити рівень ціни на послугу, яка йому надається.

Існуючі методики орієнтовані на детермінованість процесів, що протікають у конкурентному середовищі. У дійсності ж ці процеси часто носять випадковий характер і тому моделі повинні будуватися з використанням ймовірнісних підходів. Крім того, запропоновані моделі відбивають стратегію транспорту в сформованій ринковій ситуації і не враховують вимоги потенційних клієнтів.

Отже, у ринкових умовах проблеми якості транспортного обслуговування, як найважливішого інструмента підвищення конкурентоспроможності АТП, вимагають рішення на принципово новому рівні.

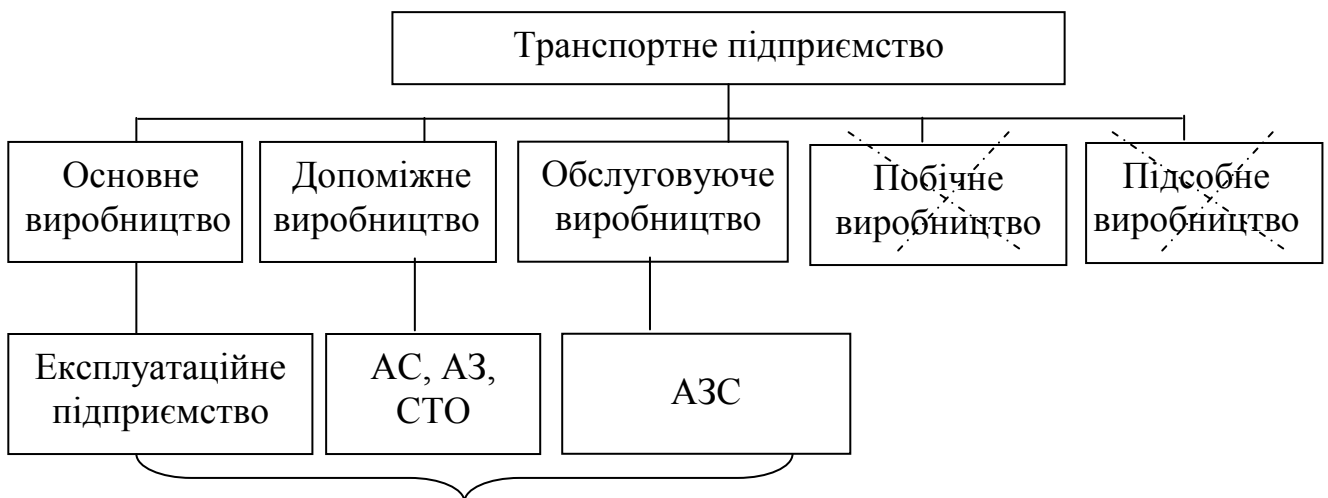
Контрольні питання

1. Які законодавчі та нормативно-правові документи регулюють правовідносини на транспорті?
2. Що таке договір та яке його призначення?
3. Яким чином здійснюється регулювання допуску до транспортного обслуговування?
4. Як здійснюється проектування системи якості на транспортних підприємствах?
5. Що таке петля якості транспортної послуги?
6. Як здійснюється сертифікація систем якості?
7. Надайте аналіз існуючих методик оцінки якості транспортного обслуговування.

4. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

4.1. Класифікація виробництв транспортних підприємств

Транспортна система України представлена усіма видами транспорту – залізничний, автомобільний, морський, річний, авіаційний та трубопровідний. Автомобільний транспорт займає значне місце в системі. Даним видом транспорту виконується близько 50% перевезень вантажів та 70% пасажирів. Транспорт задовольняє як виробничі так і індивідуальні потреби шляхом надання послуг. Він не створює продукту, однак змінює його місцезнаходження, чим збільшує споживачу ціну вантажу, робочої сили, задовольняє культурні, побутові потреби населення. Відомо, що при виробництві існує декілька процесів – основний, допоміжний, обслуговуючий, побічний та підсобний (рис. 4.1).



Повинні існувати при нормальних умовах

Рис. 4.1. Види виробництв на транспорті

Підприємство створюється для виконання *основного процесу*. На транспорті – це *процес перевезень*. Цей процес супроводжується виконанням навантаження, розвантаження вантажів (посадка, висадка пасажирів), подачі рухомого складу, транспортування, складування вантажів. Ці елементи основного процесу циклічно

послідовно чи послідовно-паралельно повторюються протягом дії угоди між споживачами послуги та виробником.

Допоміжний процес задовольняє початкові вимоги основного, забезпечує нормальне його функціонування. На транспортних підприємствах це *ремонтне виробництво* у галузевому масштабі. Цей процес представлений мережею ремонтних підприємств – вагоно-ремонтних, судноремонтних, авторемонтних заводів (АЗ), станцій технічного обслуговування (СТО), акумуляторних станцій (АС) та ін.

Обслуговуючий процес забезпечує виконання допоміжного. На підприємствах це відділ головного механіка, який забезпечує ремонтну базу електроенергією, стислим повітрям, теплом, вентиляцією і т.п. Забезпечення паливо-мастильними матеріалами здійснюється заправними станціями (АЗС).

Побічні процеси для транспортних підприємств не характерні, оскільки цим процесам властиво виробництво продукції на основі відходів основного виробництва.

Підсобний процес реалізується в умовах, коли підприємству необхідно займатися постачанням продуктами своїх співробітників.

4.2. Продукція основного виробництва транспортного підприємства

Предметом розгляду є продукція транспорту – транспортні послуги. Вони не несуть матеріальний характер, а мають тільки властивості послуги.

Робота транспорту вимірюється *натуральними, умовно натуральними та вартісними показниками*.

Натуральні показники виражаються в тоннах, т-км, годинах роботи, пасажирях, пас-км, км пробігу.

Можуть використовуватися і умовно-натуральні показники, такі як приведені т-км. Розраховуються вони за допомогою перерахування всіх можливих натуральних витрат в умовні ткм. При цьому використовуються перевідні коефіцієнти $K_{п}$. Тоді загальний обсяг транспортної роботи P можна виразити як:

$$P = \sum_{i=1}^n P_i \cdot K_n^i, \quad (4.1)$$

де P_i – обсяг роботи в i -му вимірюванні;
 i – кількість вимірювань.

Вартісні показники виражають витрати на виконання роботи та визначаються як:

$$C = \sum_{i=1}^n P_i \cdot S_i, \quad (4.2)$$

де S_i – собівартість одиниці роботи i -ої діяльності;
 P_i – обсяг роботи в i -ому вимірюванні.

Транспортне виробництво характеризується розширеною мережею підприємств, які виконують основні, допоміжні та обслуговуючі роботи з виробництва послуг та оновленню основних засобів виробництва. Побічні та підсобні виробництва можуть мати місце у будь-якій з ділянок виробництва. Ця діяльність не обов'язкова та розвивається лише в окремих випадках (утримання свиноферм, пасік, ставків та ін.).

Згідно з класичною схемою споживача цікавить послуга в реальному виконанні. Послуги в реальному виконанні на транспорті поділяються на послуги *промислового призначення* та *індивідуального* в залежності від споживачів.

Послуги промислового призначення залежать від попиту різних підприємств, організацій, бізнесменів на переміщення вантажів і пасажирів (робочої сили). Вони можуть носити систематичний, періодичний чи разовий характер та бути технічно пов'язаними з специфікою обслуговуючої галузі (будівництвом, збором урожаю, вахтовим розкладом роботи підприємства та ін.) чи самостійними (переміщення предметів домашнього побуту, бізнес-тури та ін.). Основна частина послуг промислового призначення, як правило, залежить від обслуговуючої клієнтури.

Індивідуальні послуги призначені для використання потреб громадян за їх власними намірами. Вони бувають:

- щоденними постійного попиту (поїздки на роботу);
- імпульсивного характеру (через культурні та побутові цілі);
- екстрені (невідкладні поїздки на таксі в зв'язку з лімітом часу, відрядженням та ін.).

Послуги попереднього вибору – це дорогі переміщення через туристичні та ін. цілі. Вони можуть бути:

- економічними, коли якість та ціна альтернативних варіантів приблизно однакова, наприклад, поїздка автобусом чи поїздом;
- безальтернативними, коли заміна транспорту неможлива і споживач згоден навіть очікувати чи переплачувати, тільки б задовольнити свої потреби.

Послуги *особливого попиту* – це послуги з унікальними характеристиками (здійснюються спеціалізованим рухомим складом, наприклад, вантажопасажирським).

Пасивний попит – це попит, якого людина не планує (ритуальні перевезення, обслуговування швидкою допомогою та ін.).

Таким чином, існує достатньо широке коло послуг, які можуть надати транспортні підприємства споживачам.

При виконанні основного процесу внаслідок спеціалізації і розподілу праці виділяють в самостійну діяльність *допоміжні операції*. Допоміжна діяльність безпосередньо пов'язана з основною і включає виконання початково-кінцевих операцій, а також реалізацію проїзних документів (залізничні, автобусні каси), формування дрібних відправок, зберігання вантажів (термінали, вантажні станції, ТЕП).

4.3. Загальні принципи організації роботи транспортних підприємств

Комерційна робота транспортних підприємств в ринкових умовах спрямована на ефективне використання технологічного, організаційного, інвестиційного, професійного та ін. потенціалів підприємства шляхом встановлення взаємозв'язку комплексу менеджменту та комплексу маркетингу.

В свою чергу, комплекс менеджменту (цілі, задачі, технологія, структура, персонал) направлений на забезпечення надійного положення підприємства на ринку та передбачає:

- підвищення продуктивності підприємства;
- зниження собівартості і відповідно ціни на послуги;
- покращення координації основних функцій підприємства;
- впровадження ефективної системи мотивації персоналу та ін.

Комплекс маркетингових заходів (товар, ціна, місце, споживач, просування) орієнтований на збутову діяльність і передбачає

приваблення потенційних споживачів та їх подальше утримання за рахунок якісного задоволення наявних потреб.

Розвиток ринкових відносин та мінливість зовнішнього середовища призводить до необхідності застосування комплексного підходу при прийнятті рішень комерційною службою під час вирішення задач транспортного підприємства, тобто системного підходу – основного принципу логістики.

Комплекс задач підприємства підпорядкований основній його меті та трансформується під впливом існуючих тенденцій зовнішнього середовища та розвитку світової промисловості.

Аналіз по кожному рівню тенденцій та проблем, які впливають на трансформацію задач підприємства, дозволяє звести їх до трьох основних груп (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Основні групи тенденцій, що впливають на трансформацію задач підприємства

В сфері зовнішнього середовища	В сфері матеріального виробництва	В ринковому середовищі
<ul style="list-style-type: none"> – темпи науково-технічного прогресу не знижуються; – суттєва інтенсифікація матеріальних, фінансових та інформаційних потоків; – виникнення та розвиток міжнародного розподілу праці; – підвищення актуальності питань економії та екології; – збільшення комплексності проблем. 	<ul style="list-style-type: none"> – зниження темпів росту продуктивності праці; – збільшення накладних витрат; – збільшення частки інших витрати; – збільшення питомих витрат; – великий ступінь інтеграції виробництва; – збільшення інтенсивності. 	<ul style="list-style-type: none"> – скорочення тривалості життєвого циклу; – насичення ринку; – регіональна неоднорідність послуг; – ріст цін на сировину.

Постійна робота зі споживачами – це найважливіша умова ефективної комерційної роботи транспортного підприємства.

Відомо, що на основі досвіду роботи вітчизняних і зарубіжних підприємств транспорту сформульовані деякі загальні принципи організації роботи персоналу комерційної служби зі споживачами:

1. Доцільно постійно закріпляти робітників комерційної служби за певними групами вантажовідправників.

2. Кожен співробітник комерційної служби, який працює з вантажовідправниками, повинен мати особистий план роботи, де повинні бути заплановані основні заходи, які співробітник намічає провести впродовж тижня, декади або місяця по кожному закріпленому споживачу. До таких заходів відносяться:

- телефонні дзвінки;
- підготовка ділових листів;
- відвідування вантажовідправників;
- організація нарад і ділових зустрічей за участю спеціалістів інших служб транспортного підприємства.

Комерційна діяльність пов'язана з постійним пошуком найбільш вигідного варіанта розподілу різного виду ресурсів: фінансових, трудових, товарних, технічних та ін. У цей час ускладнення взаємозв'язків поза і усередині комерційних підприємств, наявність великої кількості показників, факторів і обмежень, а також швидке зростання конкуренції не дозволяють сформулювати оптимальний план без застосування спеціальних методів. Крім того, час рішення задач звичайно обмежений, і тому не завжди складається оптимальний план.

Існуючі математичні методи й моделі дозволяють вирішувати задачі більшої розмірності та враховувати широкий перелік показників і факторів впливу, а час рішення задач значно скорочується із застосуванням комп'ютерної техніки.

Фахівці в області економічних досліджень вважають, що подальший прогрес тісно пов'язаний з більш широким використанням математичних методів і моделей. Необхідність використання таких методів диктується тим, що наслідки прийнятих рішень можуть стосуватися великої кількості людей і бути пов'язані з величезними витратами. Тому ступінь відповідальності за прийняті рішення значно зростає.

Застосування математичних методів і моделей дозволить одержати найбільш точне уявлення про суттєві властивості явищ та процесів і прогнозувати майбутні події.

В результаті досягається більш глибоке проникнення в досліджувані процеси, у саму природу явищ, що дозволяє отримати об'єктивні результати.

Тому проведення математичного моделювання економічних, технологічних, транспортних та інших процесів і послідовного встановлення логічних причинно-наслідкових зв'язків для забезпечення можливості спостереження, контролю й керування ними являється найбільш ефективним засобом для вирішення різних проблем комерційної діяльності.

В цілому можна виділити загальні принципи організації роботи транспортних підприємств:

1. Встановлення взаємозв'язку між комплексом менеджменту транспортного підприємства та комплексом маркетингу.

2. Використання наявних ресурсів підприємства з урахуванням результатів маркетингових досліджень.

3. Застосування системного підходу та принципів логістики при вирішенні поставлених задач.

4. При організації транспортного обслуговування необхідне досягнення відповідності маркетингових можливостей транспортного підприємства економічним інтересам та вимогам суб'єктів логістичної системи.

5. Налагодження комунікаційних зв'язків з існуючими та потенційними клієнтами.

6. Застосування принципів моделювання для оптимізації транспортних процесів та вибору ресурсів при транспортному обслуговуванні.

4.4. Принципи моделювання процесів транспортного ринку

Значну допомогу в розробці ринкової стратегії поведінки автотранспортних підприємств може зробити побудова й аналіз моделей, що описують стан транспортного ринку. Однак побудувати математичні моделі, які б адекватно описували складні динамічні ринкові процеси, практично неможливо.

При всіх розходженнях математичних моделей, що описують ринкові процеси, по економічному змісту, структурі, постановці завдань і методичним підходам їх поєднує одна загальна мета — визначити найкращу стратегію поведінки суб'єкта (як

перевізника, так і клієнта) на ринку збуту транспортної продукції. Це дозволяє будувати транспортну політику з урахуванням інтересів власників вантажів і пасажирів і, в результаті, збільшувати обсяги перевезень і поліпшувати економічне становище транспортного підприємства в цілому.

Як вже зазначалось, ринкові ситуації не завжди піддаються адекватному математичному опису. Тому при виборі математичного апарата необхідно враховувати наступні критерії:

- простота й доступність застосовуваного математичного апарата і його відповідності графічним зображенням;
- відповідність пропонованих математичних залежностей описуваним технологічним та економічним процесам, що відбуваються на транспортному ринку.

Для побудови моделей транспортного ринку використовуються сучасні методи математичного програмування й дослідження операцій. Методами дослідження операцій є лінійне й динамічне програмування, теорії ігор, масового обслуговування й прийняття рішень [2]. Однак, кожний з них має недоліки, які обмежують можливість застосування цих методів у завданнях проектування економічних, технічних і інших систем.

В сучасній комерційній практиці наслідки прийнятих рішень стосуються великої кількості людей і пов'язані зі значними витратами трудових ресурсів, товарних, фінансових, транспортних, енергетичних і інших ресурсів. Тому ступінь відповідальності за наслідки прийнятих рішень багаторазово зростає.

В сучасних умовах не завжди представляється можливим виявити й об'єктивно зіставити переваги й недоліки різних варіантів рішень, тому управління з використанням моделей може знизити рівень негативних наслідків.

Будь-яка комерційна ситуація складається в результаті взаємодії (поводження) сукупності елементів, що становлять організації, підприємства, об'єднання, концерни й т.д.

Поводження елементів комерційних служб залежить від цілого ряду факторів, стан яких передбачати не завжди представляється можливим. Прикладом таких факторів є кон'юнктура на ринку, попит на послуги й т.д. Інформованість про стан, дії окремих елементів систем впливає на ефективність прийнятих комерційних

рішень, а отже обумовлює необхідність і доцільність побудови моделей. Такі моделі є базою пошуку й прийняття управлінських рішень у комерційній сфері.

Проводити безпосередні експерименти дуже складно, дорого й часто просто неможливо, оскільки це може бути пов'язане з великими збитками, це є ще однією причиною формування моделей.

Використання математичних методів і моделей дозволяє розробити оптимальні варіанти рішень завдань комерційної діяльності.

При виборі рішення можливі різні варіанти-альтернативи, яких існує безліч у будь-якій комерційній ситуації, що обумовлено наявністю протиріч.

Найкращий розподіл ресурсів здійснюється при зіставленні варіантів з безлічі можливих за обраним критерієм оптимальності, що визначає ступінь досягнення поставленої мети.

Такий критерій називають *показником ефективності*. Він формально відображає мету, що переслідується в розглянутій ситуації. Відповідно до цього обране рішення буде найбільшою мірою сприяти досягненню мети. В якості таких критеріїв можуть виступати показники: прибуток, витрати, дохід, рентабельність, продуктивність праці, показники якості й ін.

Прийняття рішення — це процес, підсумком якого є вибір за критерієм ефективності однієї можливості з безлічі наявних у розпорядженні [2]. Якість рішення завдання залежить від того, наскільки повно відомі фахівцю, відповідальному за ухвалення рішення, припустимі варіанти управлінських впливів (рис. 4.4). Тому формування всієї безлічі варіантів активного впливу є важливим етапом аналізу.

Використання математичних методів у комерційній діяльності пов'язане зі збором необхідної інформації спеціалістами й подальшою математичною постановкою задачі. У процесі формулювання задач комерційної діяльності варто враховувати форс-мажорні обставини, комерційні ризики, а також штрафи, обман, погрози, крадіжки, все що може вплинути на кінцевий результат.

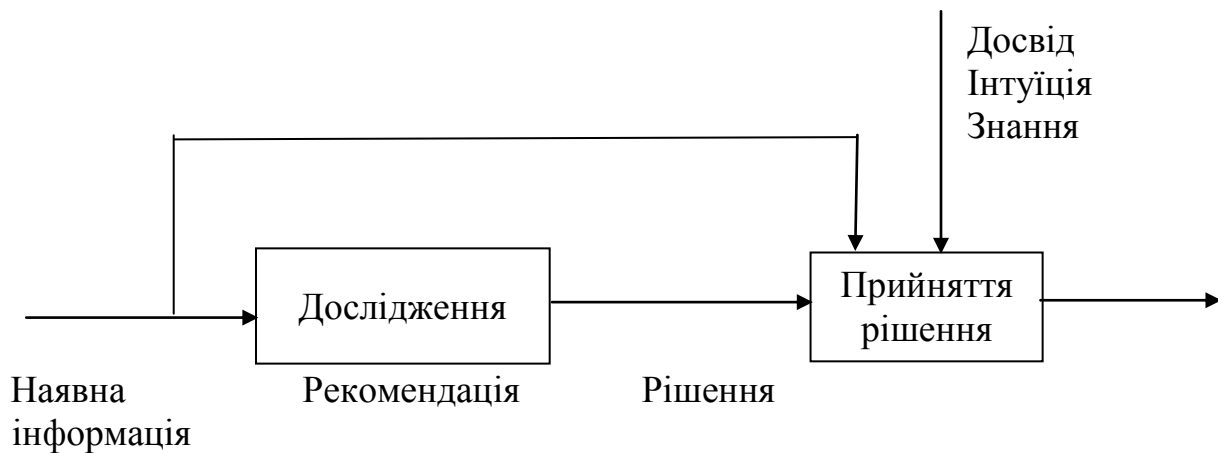


Рис. 4.4. Процес прийняття рішення

При постановці задачі враховуються тільки істотні фактори. Вони поділяються на *некеровані* (обмеження) і *керовані*, оптимальні значення яких необхідно знайти в результаті рішення задачі. Тому спочатку необхідно встановити, значеннями яких характеристик або змінних можна варіювати, не ігноруючи при цьому постійні фактори, оскільки без їхнього обліку рішення можуть бути помилкові.

Взаємозв'язок критерію ефективності E з керованими показниками $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ і некерованими, $d_1, d_2, d_3, \dots, d_n$ записується в узагальненому варіанті у вигляді цільової функції:

$$E = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n; d_1, d_2, d_3, \dots, d_n) \rightarrow \text{extr} \quad (4.3)$$

В оптимізаційній задачі оптимальні значення критерію відповідають визначенню оптимальних значень керованих показників: $x_1^{opt}, x_2^{opt}, x_3^{opt}, \dots, x_n^{opt}$.

В цілому пошук оптимальних рішень можна звести до двох основних постановок задач: одержання заданого ефекту при мінімумі витрат або одержання максимального ефекту при заданих обмежених ресурсах.

Вся сукупність дій, пов'язаних з побудовою, аналізом та іншими операціями, що проводяться з моделями, називається моделюванням, алгоритм якого представлений на рис. 4.5.

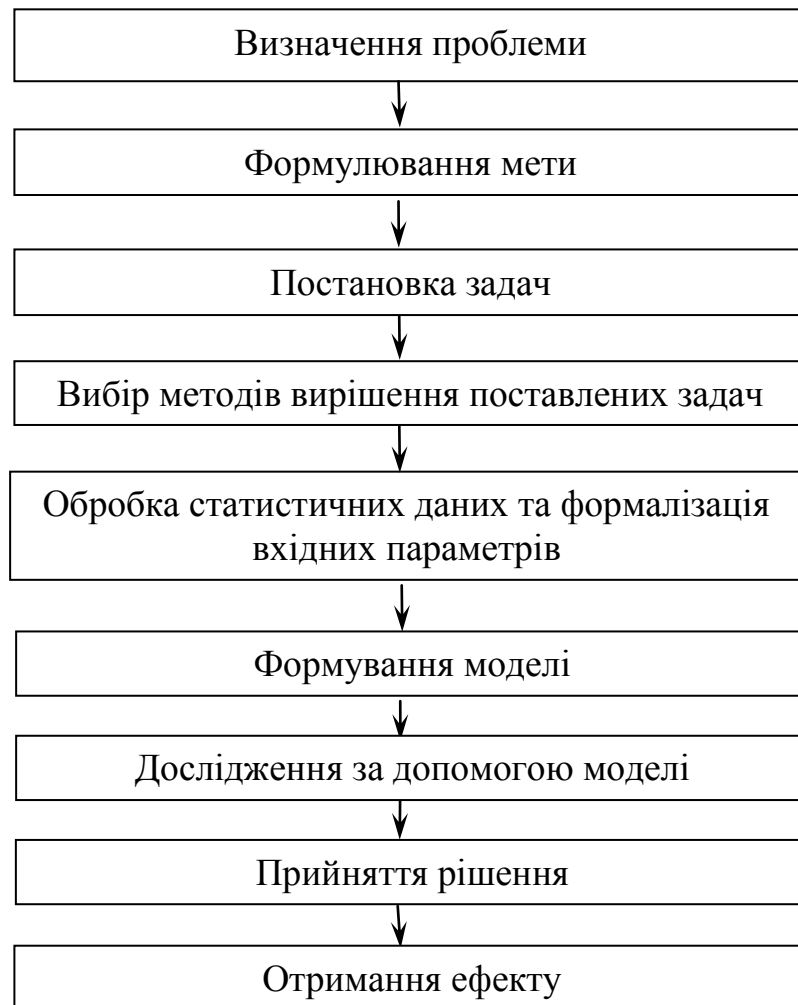


Рис. 4.5 Алгоритм моделювання задач комерційної діяльності

Послідовність моделювання являє собою ітераційну процедуру, що передбачає й дозволяє провести корекцію після кожного етапу й повернутися до кожного з попередніх, а потім продовжити аналіз.

Виділяють кілька основних етапів алгоритму економіко-математичного моделювання.

На першому етапі виявляється проблема, формулюються мета та задачі дослідження, проводиться якісний опис процесу або об'єкта. На другому етапі визначаються методи рішення, будується математична модель досліджуваного об'єкта, вибираються або розробляються методи дослідження, розробляється алгоритм рішення та програмний продукт, формується вихідна інформація. Далі перевіряється адекватність моделі на основі правильності

одержуваних з її допомогою результатів. На третьому, основному, етапі економіко-математичного моделювання проводиться дослідження з використанням моделі, реалізованої у вигляді комп'ютерних програм, проводяться розрахунки, обробляються й аналізуються отримані результати й, нарешті, приймається оптимальне рішення.

Рішення завдань комерційної діяльності здійснюється за допомогою математичних методів і моделей лінійного і нелінійного програмування, теорії ігор, теорії графів і мережевого моделювання, теорії масового обслуговування, теорії ймовірностей і математичної статистики, кореляційного й регресійного аналізу.

4.5. Визначення оптимального розміру партії вантажу та періоду постачання

Розглянемо виробничу ситуацію, коли виробник повинен поставляти своєму замовнику сировину протягом певного періоду, причому в разі недопостачання сировини замовник несе збитки. Виникає необхідність визначити найбільш доцільний розмір партії вантажу та період постачання.

Введемо деякі позначення:

T – період, протягом якого здійснюється постачання, міс.;

Q_p – повний попит за період планування, т;

C_R – вартість обробки замовлення, пов'язана з оформленням документів, здачею-прийманням, транспортуванням партії вантажу, грн;

C_1 – вартість зберігання 1 кг сировини у замовника в місяць, грн/міс.;

C_2 – збитки, що несе замовник в разі недопостачання 1 кг сировини, грн/міс.

Критерієм ефективності виступають сумарні витрати за весь час T . На основі цього цільову функцію в загальному вигляді можна записати як

$$C_{\text{зар}} = f(q, R, C_1, t_1, C_2, t_2, C_R, Q_p) \rightarrow \min . \quad (4.4)$$

де q – розмір партії, т;

R – запас сировини на момент часу t_1 , т.

Показники $C_1, t_1, C_2, t_2, C_R, Q_p$ є некерованими, а інші – керованими, оптимальні значення яких $C_{загopt}, q_{opt}, R_{opt}, t_{Ropt}$ необхідно визначити

Контрольні питання

1. Надайте класифікацію виробництв транспортних підприємств.

2. Охарактеризуйте продукцію основного виробництва транспортного підприємства.

3. Який взаємозв'язок комплексу менеджменту та комплексу маркетингу?

4. Які тенденції впливають на трансформацію задач підприємства?

5. Назвіть загальні принципи організації роботи транспортних підприємств.

6. Яка роль моделювання в комерційній діяльності транспортних підприємств?

7. Як визначається оптимальний розмір партії вантажу та періоду постачання?

5. ВИДИ ДОГОВОРІВ МІЖ ВАНТАЖНИМИ ТРАНСПОРТНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ І СПОЖИВАЧАМИ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

5.1. Договір перевезення вантажів

Юридичне поняття *договору* означає угоду двох чи декількох юридичних чи фізичних осіб, яка встановлює та регулює їх взаємні права та обов'язки.

Сторони, що укладають договір, прийнято іменувати *суб'єктами договору*. Майно, послуги чи інша діяльність, відносно яких укладається договір становить *предмет договору*. Нарешті, сукупність умов, які включені до договору, становлять його *зміст*.

В системі договірних відносин, які виникають між підприємствами вантажних транспортних підприємств та споживачами, слід розрізняти два основних виду договорів:

1) договори, які спрямовані на перевезення конкретного вантажу чи надання конкретних транспортно-експедиційних послуг (договір перевезення вантажів, договір транспортної експедиції);

2) договори, які спрямовані на організацію транспортного обслуговування.

Договір перевезення вантажів – є основою для виконання конкретного перевезення вантажів.

Відповідно цивільному законодавству, по договору перевезення вантажів перевізник зобов'язується доставити довірений йому відправником вантаж до пункту призначення і видати його уповноваженій на отримання вантажу особі (одержувачу), а відправник зобов'язується сплатити за перевезення вантажу встановлену плату.

Договір на перевезення укладається в момент прийому транспортним підприємством вантажу при завершенні оформлення транспортних документів (коносамент, товарно-транспортної, залізничної або авіаційної накладної). Тільки після того, як відповідальна особа вантажовідправника і представник транспортного підприємства підтверджують своїми підписами передачу вантажу транспортному підприємству, споживач і транспортне підприємство стають юридично вантажовідправником та пере-

візником з розповсюдженням на них прав та обов'язків, які передбачені діючим законодавством.

Оформлений транспортний документ (коносамент, товарно-транспортна, залізнична або авіаційна накладна) є документом, який підтверджує факт укладання договору перевезення вантажів. Найбільш загальні умови встановлюються цивільним законодавством, транспортними статутами та кодексами. Сторони можуть, разом з цим, домовлятися про додаткові умови перевезень і фіксувати їх в договорі.

5.2. Договір транспортної експедиції

За *договором транспортної експедиції* експедитор зобов'язується за винагороду і за рахунок клієнта виконати чи організувати виконання визначених договором послуг, які пов'язані з перевезенням вантажу.

Згідно цивільному законодавству, такими послугами можуть бути: організація перевезень вантажів транспортом за маршрутом, який обрано експедитором чи клієнтом, укладання експедитором від свого імені чи від імені клієнта договору на перевезення вантажів, забезпечення відправки чи одержання вантажу, додаткові послуги.

Головною відзнакою договору транспортної експедиції від договору на перевезення полягає в тому, що ТЕП не несе при його укладанні відповідальності перевізника. Ця відповідальність покладається на транспортні підприємства, з якими укладені відповідні договори на перевезення.

Відправники та одержувачі вантажів видають ТЕПам довіреність на здійснення від їхнього імені транспортно-експедиційних операцій, що передбачені договором. ТЕПи несуть відповідальність за цілісність та схоронність вантажів з моменту прийому на складі відправника до здачі магістральному транспорту на залізничній станції (в порту, на терміналі) відправлення та з моменту прийому від магістрального транспорту до здачі на склад вантажоодержувача.

Договір транспортної експедиції укладається у письмовій формі.

5.3. Договір на організацію транспортного обслуговування

Важливим різновидом договорів, які укладаються між транспортними підприємствами та споживачами їх послуг, є договори про організацію транспортного обслуговування. В конкретних випадках вони можуть носити назву «Договір про організацію перевезень вантажів», «Договір про комплексне транспортно-експедиційне обслуговування» і т.п. Такі договори укладаються у тому випадку, якщо між транспортним підприємством та споживачем досягнута угода про організаційні умови тривалого транспортного (транспортно-експедиційного) обслуговування даного споживача.

В ринкових умовах укладання договору про організацію транспортного обслуговування – це факт, який являється наслідком ефективної комерційної діяльності транспортного підприємства, оскільки він підтверджує намір споживача користуватися впродовж певного періоду послугами даного підприємства. З іншого боку, наявність такого договору ні в якій мірі не зобов'язує споживача пред'являти до перевезення точно певний обсяг вантажів (якщо тільки така умова не внесена сторонами в договір, що зустрічається вкрай рідко).

Змістом *договору про організацію транспортного обслуговування* є наступне:

- перелік послуг, які підприємство зобов'язується надати споживачу;
- види вантажів, які споживач має намір пред'являти до перевезення, і характер перевезень. В практиці ряду країн іноді описується і характер кореспонденцій (відправлень), які є предметом договору, наприклад:
 - а) всі вантажі даного споживача адресовані до певного населеного пункту чи
 - б) всі дрібнопартійні вантажі, які відправляються у між-міському сполученні, чи
 - в) всі вантажі у великовантажних контейнерах, які відправляються даним споживачем, і т.п.;

– обсяг перевезень. В ряді випадків договором передбачається зобов'язання вантажовідправника щодо пред'явлення до перевезення певної кількості вантажу або фіксуватися мінімальна кількість вантажу, яку зобов'язується пред'явити до перевезення вантажовідправник;

– тип рухомого складу, який транспортне підприємство зобов'язується надати для виконання перевезень, а також зобов'язання транспортного підприємства по підготовці рухомого складу до перевезення та подачі його під навантаження;

– орієнтовна потреба вантажовідправника в складських, навантажувально-розвантажувальних, інформаційних послугах і т.п.;

– порядок оперативного визначення потреби в перевезеннях (подача та прийом замовлень, складання оперативних планів і т.п.);

– обов'язки вантажовідправника з підготовки вантажів до перевезення, оформлення документів, виконання навантажувально-розвантажувальних робіт та ін.;

– порядок визначення вартості послуг, які надаються, та порядок здійснення взаєморозрахунків. Можуть вказуватись або безпосередньо ціни на послуги, або порядок їх визначення;

– додаткові умови, які сторони закріплюють в договірному порядку;

– відповідальність сторін за невиконання чи неналежне виконання умов договору;

– термін дії договору, як правило один рік, при цьому в разі продовження взаємовідношень, договір може бути пролонгирован на новий строк. При обслуговування споживачів зі стабільними вантажопотоками та незмінним характером перевезень договір може укладатись на термін два чи три роки. В разі коли при укладанні договору точний термін його дії заздалегідь встановити неможливо, договором може встановлюватись, що дія його зупиняється по двосторонній згоді сторін.

До договору можуть додаватись в якості додатків розрахункові дані, що уточнюють окремі умови договору:

– розрахунок та методика визначення вартості послуг;

– технічні вимоги до рухомого складу, складським приміщенням, обладнанню, тарі, упаковці та ін.

Договори про організацію автотранспортного (транспортно-експедиційного) обслуговування, як правило, укладаються підприємством автомобільного транспорту з вантажовідправником, однак у деяких випадках в ролі суб'єкту договору виступає вантажодержувач. Наприклад, при доставці с/г продукції з господарств-виробників на заготівельні пункти чи переробні підприємства, чи при доставці автомобільним транспортом вантажів, які перебувають до адреси одержувачів з залізничних станцій, з портів, аеропортів.

В деяких випадках договір може бути трьохстороннім. Найбільш типовим такого типу є договір, згідно якому транспортне підприємство «вбудовує» свої послуги в технологічний ланцюг виробництва та розподілу продукції. Сторонами такого договору можуть бути відправник, транспортне підприємство, одержувач.

В юридичному сенсі різновидом договору про організацію транспортного обслуговування є *разове замовлення на перевезення вантажу*. Це замовлення є угодою сторін про організаційні умови перевезення вантажів. Виходячи зі специфіки комерційної діяльності транспортних підприємств, договір про організацію разового перевезення може бути подано в усній формі. Такі угоди обговорюють по телефону без оформлення будь-яких документів.

5.4. Вибір оптимальної політики транспортної системи по обслуговуванню виробників продукції при обмеженні по провізним можливостям АТП та бюджету виробництва

Вибір оптимальної політики транспортної системи по обслуговуванню виробників продукції при обмеженні по провізним можливостям АТП та бюджету виробництва полягає в знаходженні точки рівноваги сумісної діяльності виробництва, транспорту та споживання продукції.

Виробничі можливості підприємства – це максимально припустимі комбінації видів транспортних послуг при фіксованому значенні трудових матеріальних та грошових ресурсів. Дані обмеження виражаються функцій бюджетного обмеження та рівнем розвитку технології транспорту.

Тобто бюджетне обмеження показує, яку кількість продукції може перевезти споживач в межах виділеної суми грошей.

Виробничі можливості транспортного підприємства інтерпретуються в формі провізних можливостей [7].

Для вирішення поставленої задачі застосовано графоаналітичний метод.

Необхідно побудувати графік (рис. 5.1) згідно наступним рівнянням:

– бюджетне обмеження

$$C_0 = p_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2,$$

$$x_1 = \frac{C_0}{p_1} - \frac{p_2}{p_1} \cdot x_2, \quad (5.1)$$

де x_1, x_2 – кількість транспортних послуг для задоволення потреб та інтересів двох споживачів (великих виробників);

p_1, p_2 – тариф на перевезення для послуг x_1 та x_2 .

– провізні можливості

$$x_1 = -x_2^2 + q, \quad (5.2)$$

– функція корисності (крива байдужості)

$$x_1 = x_2^2 - a \cdot x_2 + q_0, \quad (5.3)$$

де q, q_0 та a — параметри кривих.

Надання послуг ефективно, якщо воно одночасно максимізує корисність для споживачів та не виходить за межі провізних можливостей. Тобто, рівновага такої локальної ринкової системи характеризується такою точкою E , в якій торкаються криві байдужості (функція корисності відправника вантажу) KL , провізних можливостей транспортної системи MN та бюджетного обмеження AB .

Таким чином, необхідно знайти координати точки E , в якій досягається оптимум корисності для відправника при дотриманні обмежень на ресурси та провізні можливості АТП.

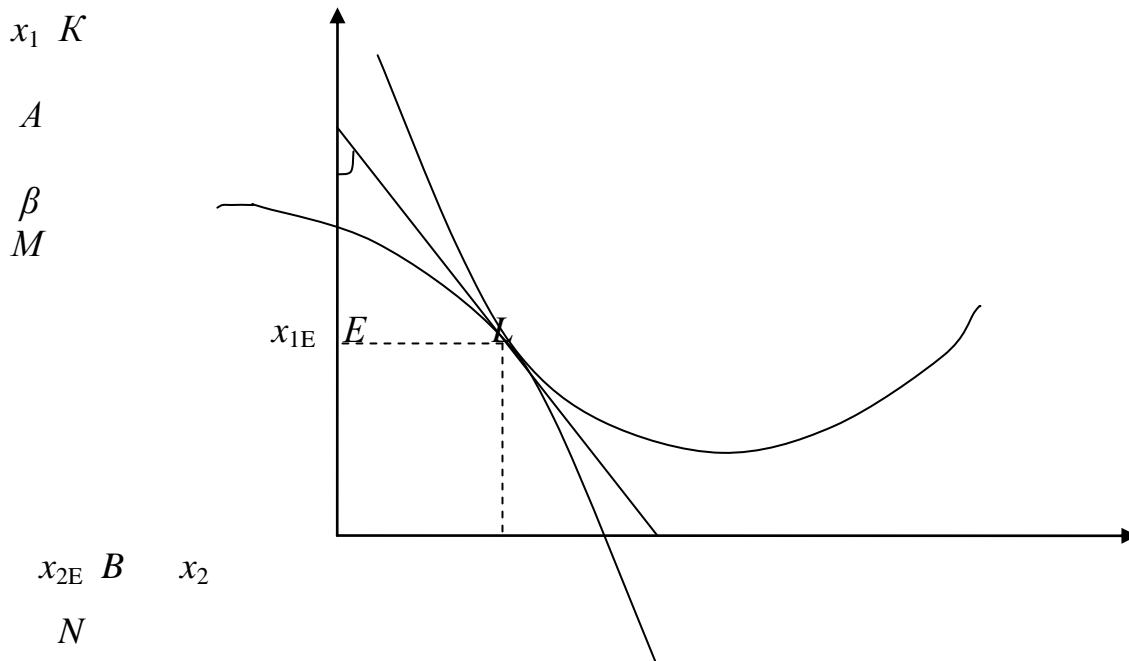


Рис. 5.1. Графік пошуку точки рівноваги при обмеженнях на ресурси та виробничі можливості підприємства

Для цього повинні бути узгоджені параметри кривих q , q_0 та a .

Координати точки рівноваги $E(x_{1E}; x_{2E})$ можна визначити з рівнянь (5.1) та (5.3) та умови

$$\frac{dx_1}{dx_2} = -\frac{p_2}{p_1}, \quad (5.4)$$

тоді

$$2x_{2E} - a = -\frac{p_2}{p_1},$$

$$x_{2E} = \frac{a}{2} - \frac{p_2}{2p_1}, \quad (5.5)$$

$$x_{1E} = \frac{C_0}{p_1} - \frac{p_2}{2p_1} \cdot \left(a - \frac{p_2}{p_1}\right), \quad (5.6)$$

Значення x_{1E} та x_{2E} можна також визначити з умови (5.4) та рівняння (5.2)

$$-\frac{p_2}{p_1} = -2x_{2E},$$

$$x_{2E} = \frac{p_2}{2p_1}, \quad (5.7)$$

Порівнюючи рівняння (5.5) та (5.7), отримаємо

$$\frac{a}{2} - \frac{p_2}{2p_1} = \frac{p_2}{2p_1},$$

$$a = \frac{2p_2}{p_1}, \quad (5.8)$$

Враховуючи вирази (5.6) та (5.8) можна отримати

$$x_{1E} = \frac{C_0}{p_1} - \frac{p_2^2}{2p_1^2}, \quad (5.9)$$

За допомогою рівняння (5.9) після підстановки в нього виразів (5.2) та (5.7), визначаємо q :

$$q = \frac{C_0}{p_1} - \frac{p_2^2}{4p_1^2}, \quad (5.10)$$

Далі з виразів (5.7), (5.8), (5.9) та рівняння кривої байдужості (5.3) отримаємо вираз параметра q_0

$$q_0 = \frac{C_0}{p_1} + \frac{p_2^2}{4p_1^2}, \quad (5.11)$$

Таким чином, при реалізації розрахованих значень параметрів x_{1E} , x_{2E} , q , q_0 та a досягається умова рівноваги в точці E , забезпечується узгодженість інтересів споживача транспорту з провізними можливостями транспортної системи та витратами виробників (бюджетними обмеженнями).

Отже, користуючись моделлю можна визначити умови, за яких досягається рівновага локальної ринкової системи; сформулювати оптимальну політику транспортної системи по обслуговуванню

двох великих виробників продукції при обмеженні по провізним можливостям АТП та бюджету виробництва.

Контрольні питання

1. Що являє собою договір перевезення вантажів?
2. Які особливості договору транспортної експедиції?
3. Який зміст договору на організацію транспортного обслуговування?
4. Що являє собою разове замовлення?
5. Що таке виробничі можливості підприємства?
6. Що таке функція бюджетного обмеження?
7. Що таке функція корисності (крива байдужості)?
8. За яких умов досягається оптимум корисності для відправника при дотриманні обмежень на ресурси та провізні можливості АТП?

6. КОМЕРЦІЙНА РОБОТА ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

6.1. Види ринків

Ринок – це сфера товарного обміну. Товаром може виступати продукція, робота, послуга, трудові ресурси.

Людство зустрілося з ринковими відношеннями як інструментом економічного життя на етапі цивілізації при первинних товарних обмінах. Пізніше виявилось, що як раз цей механізм зіграв велику роль у розвитку виробничих сил, зростанні економічної потужності держав в матеріальному благополуччі та духовному розвитку громадян. В чому економічний зміст цього механізму?

Головна якість ринку в тому, що він виступає незалежним і точним регулятором систем трудових зусиль людей, які спрямовані на виготовлення різних товарів та послуг. Тільки з виходом на ринок продавець отримує фактичну оцінку того, що він виробив. І ця оцінка змушує виробника виробляти те, що необхідно споживачу, і пропонувати йому цей товар в самій зручній формі, в потрібний час, зручному місці. Крім того, ринок прогнозує, формує потреби споживачів на основі розвитку науково-технічного прогресу, стану та розвитку економіки. Ринок розвиває і виявляє прихильності людей, які можуть служити суспільству.

Для функціонування ринку необхідні наступні умови:

1. Право кожної організації чи населення виробляти, продавати, купувати все що завгодно в рамках закону і потреб суспільної доцільності;
2. Право вільного продажу і покупки на кожному ринку за вільною ціною, з якою згоден покупець;
3. Вільний доступ в кожен галузь виробництва без обмежень, крім заборонених законом.

Для того, щоб ринок був повноцінним, він повинен охоплювати всі сфери людської діяльності. Так виникли ринки товарів та послуг, інвестицій і кредитно-валютні, ринки робочої сили.

Ринки за об'єктом споживання можна поділити на окремі види (рис.6.1).

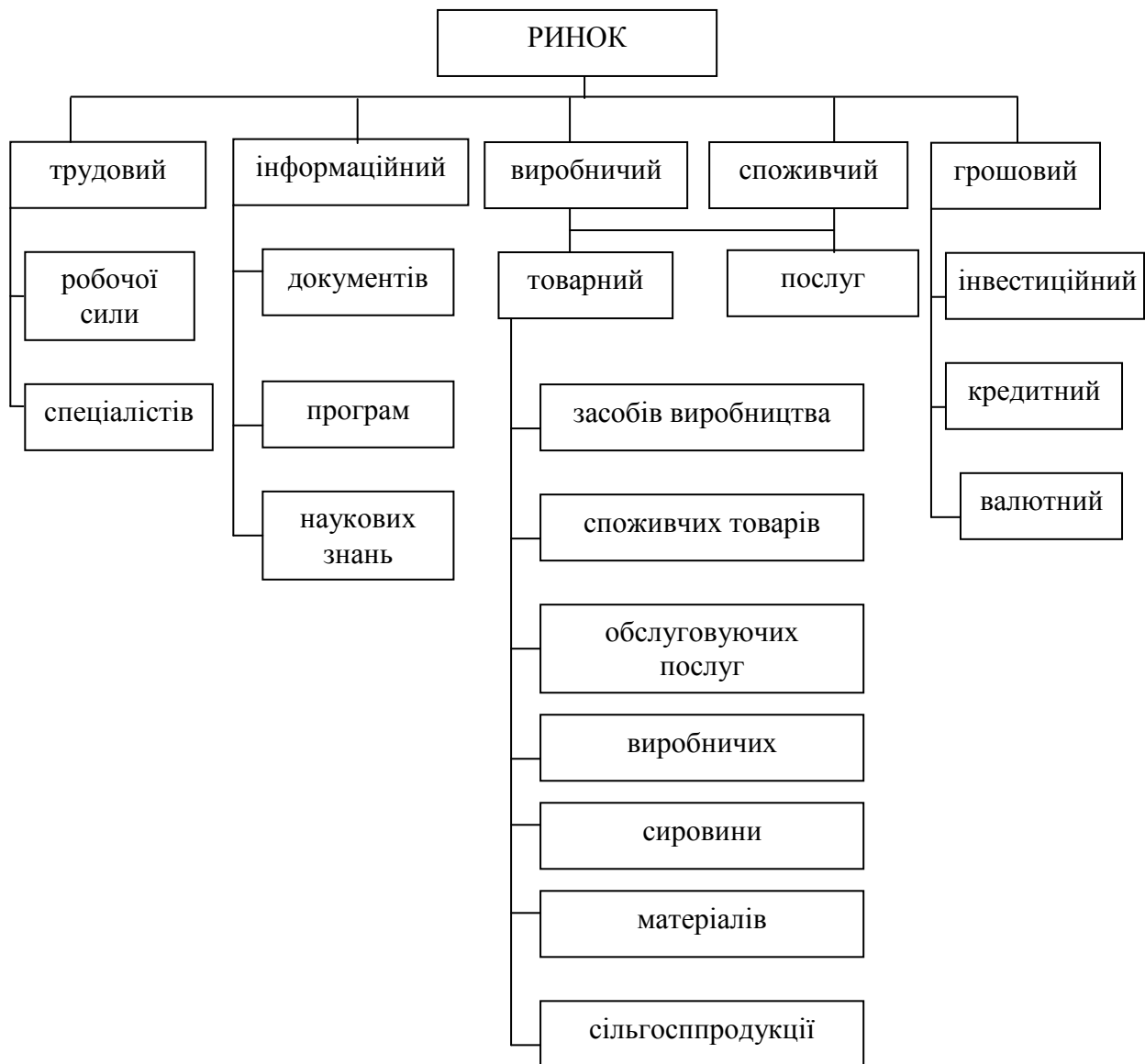


Рис. 6.1. Види ринків

В теорії маркетингу за типами споживачів виділяють наступні види ринків (рис. 6.2):

- ринок індивідуальних споживачів. *Індивідуальні споживачі* – це окремі фізичні особи, які користуються транспортними послугами для задоволення особистих потреб, до яких відносяться, наприклад, перевезення меблі, доставка палива у сільській місцевості і т.п.;

- ринок підприємств, основною особливістю якого є те, що споживачами послуг є професіонали;
- ринок посередників. Стосовно транспортних послуг – це ринок, де функціонують переважно ТЕП;
- ринок державних організацій, особливістю якого є його «закритість» та складність отримання замовлень;
- міжнародний ринок. На ньому можуть діяти всі вказані типи споживачів, однак, особливість його полягає в тому, що перевезення виконуються з перетинанням кордонів, що потребує дотримання ряду специфічних процедур.



Рис. 6.2. Ринки користувачів

Перед тим як більш докладно проаналізувати поведінку індивідуальних споживачів на окремих типах ринків, розглянемо складові процесу покупки послуги. Цей процес включає п'ять етапів (рис. 6.3).

Розглянемо етапи процесу покупки транспортних послуг і спонукальні фактори маркетингу, які надають вплив на вибір, який робить споживач.

Виникнення потреб у придбанні транспортних послуг (перший етап процесу покупки послуги) має у індивідуальних споживачів чітко виражений тимчасовий та сезонний характер. Виникнення потреби виникає хаотично (наприклад, для перевезення меблі, побутової техніки, при будівництві оселі і т.п.).

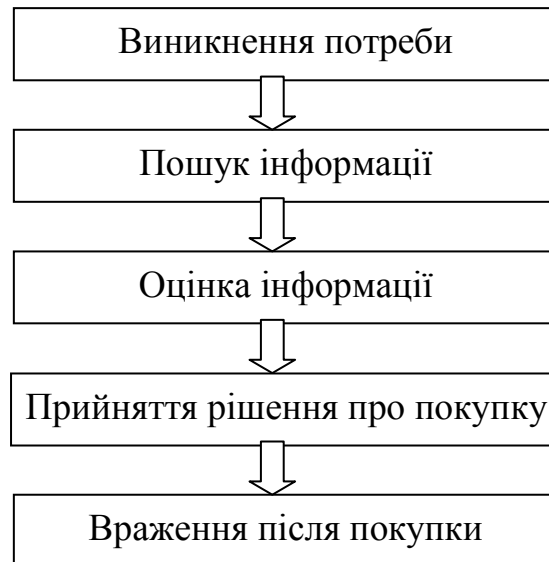


Рис. 6.3. Алгоритм моделі процесу покупки

На другому етапі – пошуку інформації – покупець транспортних послуг аналізує наявну інформацію як про транспортні підприємства, які виконують необхідні послуги, так і про самі послуги, які існують на транспортному ринку. Індивідуальний споживач звичайно користується наступними джерелами інформації:

- реклама в ЗМІ і в спеціальних рекламних газетах;
- знайомі, друзі, родичі. Інформація найбільш достовірна;
- власний досвід.

На стадії пошуку інформації споживача звичайно цікавлять наступні питання:

- асортимент послуг;
- вартість послуг;
- час виконання послуг.

Після збору інформації споживач проводить її оцінку. Оцінка інформації й прийняття рішення відбувається на «побутовому рівні», без використання спеціальних методів аналізу.

В результаті користування послугами транспортного підприємства у споживача може залишитися певне враження (гарне, байдужне чи негативне).

6.2. Ємність ринку

Попит – потреба підкріплена купівельною спроможністю і запропонована на ринку для задоволення.

Величина попиту може вимірюватися:

- в натуральних одиницях. Звичайно це характерна для даного сегменту ринку одиниця товару чи послуги, що реалізується (наприклад: кількість перевезених контейнерів, обсяг перевезення вантажів в тонах і т.п.);

- в грошовому виразі, тобто розміром виручки від реалізації товарів чи послуг.

Ємністю ринку називається гранично можливий попит на послуги даного підприємства в певних умовах.

Маркетингові зусилля підприємства являють собою сукупність самих різnorідних дій спрямованих на підвищення якості товарів та послуг, стимулювання попиту на продукцію підприємства, вивчення наявних потреб ринку (робота по удосконаленню товарів чи послуг, дослідження ринку, реклама і т.п.).

Маркетингові зусилля підприємства прийнято вимірювати загальною величиною грошових коштів, які витрачені підприємством на цілі маркетингу на даному сегменті ринку.

Залежність попиту на послуги підприємства в цільовому сегменті ринку від його маркетингових зусиль може бути відображена графічно (рис.6.4).

Наведена залежність характеризує взаємозв'язок між маркетинговими зусиллями та попитом, яка встановлена на підставі багаторічного вивчення діяльності різних підприємств на різних ринках, а також аналізу життєвих циклів окремих товарів та послуг.

Лінія *E* характеризує ємність ринку. Наприклад, якщо в зоні діяльності транспортних підприємств є два цегельних заводу з сумарним обсягом виробництва 15 млн. одиниць цегли за рік, то ця величина і визначає ємність ринку перевезень цегли, яка є для даного сегменту ринку природним фізичним обмеженням.

Лінія C_0 – характеризує мінімальний гарантований попит на послуги даного підприємства. Якщо припустити, що на даному сегменті ринку підприємство присутнє вперше і ніяких маркетингових зусиль на ньому поки не вживалося, то в цьому

випадку різниця між E і C_0 буде характеризувати можливу ефективність маркетингу. Ця величина показує, який максимальний ефект можуть теоретично мати зусилля з розвитку підприємства на даному ринку при сформованих на ньому умовах.

Зона 1 – ділянка нечутливості попиту. Зона 2 – ділянка ефективного маркетингу. Зона 3 – ділянка насичення.

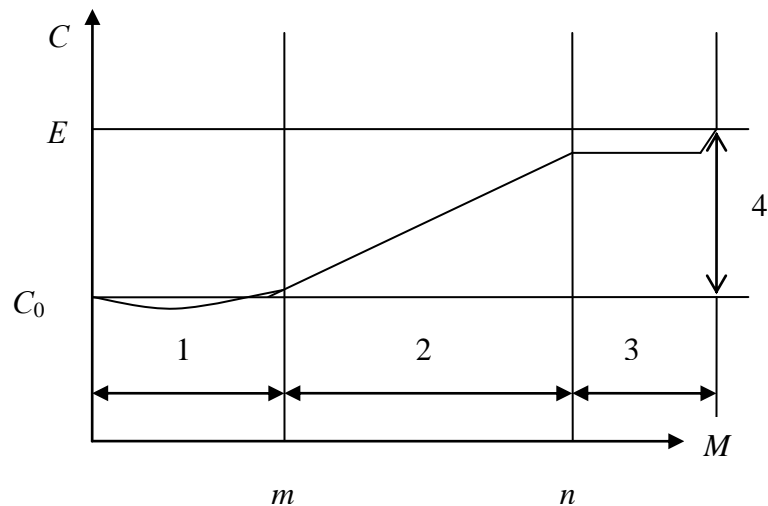


Рис. 6.4. Залежність попиту на послуги підприємства в цільовому сегменті ринку від його маркетингових зусиль:

M – інтенсивність маркетингових зусиль підприємств; C – попит; E – ємність ринку; C_0 – мінімальний гарантований попит; m – мінімальна необхідна інтенсивність маркетингу; n – гранична ефективна інтенсивність маркетингу; 1- область нечутливості попиту; 2 – область ефективного маркетингу; 3 – область насичення; 4 – можлива ефективність маркетингу

Ємність ринку визначається в тоннах та тонно-кілометрах:

$$E_q = \sum_{i=1}^N Q_i; \quad (6.1)$$

$$E_p = \sum_{i=1}^N Q_i \cdot l_{iVi}, \quad (6.2)$$

де Q_i – обсяг перевезень вантажу i -го виду, т;

l_{iVi} – довжина вантажної їздки, км.

Коефіцієнт охоплення ринку для сумарних провізних можливостей визначається як

$$K_{\text{ор}(q/p)} = \frac{\sum_{j=1}^m W_{q(p)j}}{E_{q(p)}}, \quad (6.3)$$

де $W_{q(p)j}$ – провізні можливості j -го транспортного підприємства,

t (т-км);

m – кількість транспортних підприємств на ринку.

За значенням коефіцієнту охоплення визначається характер ринку. При $K_{\text{ор}(q/p)} > 1$ – ринок конкурентний.

Розмір перебільшення пропозиції на ринку визначається як

$$\Delta W_{q(p)} = \sum_{j=1}^m W_{q(p)j} - E_{q(p)}, \quad (6.4)$$

Ринок є задовільненим якщо отримана згідно (6.4) величина має позитивне значення.

6.3. Сегментування ринку

Сегмент ринку – сукупність споживачів, однаково реагуючих на один і той же набір спонукальних стимулів маркетингу.

Розподіл споживачів послуг по групам на основі розходжень в потребах, попиті, параметрах, характеристиках, поведінці і т.п. називається *сегментуванням ринку*.

В результаті сегментування формуються умовні групи споживачів з подібними потребами та подібною реакцією на маркетингові зусилля підприємства.

Загальних методів сегментування ринку не існує, оскільки ця задача вирішується кожним підприємством з урахуванням цілого

комплексу важливих тільки для нього факторів. Відомі, однак, найбільш загальні підходи до сегментування ринку:

- сегментування за *регіональною ознакою*. Припускає розподіл ринку на окремі території, графічні регіони: континенти, країни, адміністративно-територіальні одиниці чи економічні райони, населенні пункти и т.п. Особливістю регіональної сегментації для транспортного підприємства є врахування виду перевезень з точки зору розміщення відправників і одержувачів вантажу (місцеві, міжміські, міжнародні і т.п.);

- сегментування за кількісним характером попиту («великі», «середні» і «дрібні» споживачі);

- сегментування за технологічними особливостями послуг, які надаються (за видами вантажів, які перевозяться: генеральні, будівельні, вантажі роздрібної торгівлі і т.п.);

- сегментування за потребами комерційної взаємодії (з урахуванням особливостей договорів на перевезення, специфічних функцій комерційної роботи при обслуговуванні клієнтів).

Цільовими сегментами ринку чи *цільовими ринками* прийнято називати ті сегменти ринку, на яких підприємство має намір сконцентрувати свої маркетингові зусилля.

Цільовий сегмент ринку повинен відповідати наступним умовам:

1. Бути достатньо ємним;
2. Надавати можливості подальшого росту;
3. Інтенсивність конкуренції на ньому повинна бути відносно невелика;
4. Характеризуватися деякими незадоволеними потребами, які дане транспортне підприємство може задовольнити.

Значення сегментування ринку для клієнта:

- сегменти виступають як засоби синтезування інформації і полегшення вибору для клієнту;

- сегменти дають уявлення про найбільш активних користувачів продукції (послуг) і клієнтуру в цілому, дозволяючи їх описати (поведінка і розходження в життєвій позиції);

- за допомогою сегментації маркетинг наближається до споживача, намагається зрозуміти та найкращим чином задовольнити його потреби. В результаті підприємство розробляє

продукцію (послугу) більш адаптовану до сегментів або ніш у середовищі споживачів.

Однак, поряд з позитивними та актуальними аспектами маркетингу окремих сегментів властиві й серйозні обмеження як на аналітичному, так і на оперативному рівнях. Основні з них:

1. Життєвий період мікросегментів та ніш стає все коротше, особливо в сфері послуг і нових технологій. Виникає небезпека з'єднання сегментів і тоді вони більш не можуть служити в якості стратегічних орієнтирів.

2. Дослідження в області ринкової сегментації надмірно складні, потребують громіздких структур та тривалого часу.

3. Дослідження в області ринкової сегментації абстрактні, вони не дають уявлення про механізми прийняття рішення індивідом.

4. Надмірне використання соціально-демографічних критеріїв.

З урахуванням вказаних обмежень в останній час з'явилися пропозиції з вдосконалення методики сегментування. Пропонується сегментування проводити за декількома етапами:

Етап 1. – визначення можливих ознак сегментування. Наприклад взяти за основу стандартні соціально-дохідні і соціально-демографічні ознаки сегментування (стать, вік, дохід, професія і т.п.) [4].

Етап 2 – проведення опитування. На основі запропонованих ознак сегментування, формується опитувальний лист, який складається тільки з закритих питань з наявністю диференційованих пунктів в кожному з них. Метою опитування є виявлення відношення кожного з клієнтів до певних диференційованих пунктів, які обрані ними за кожною ознакою сегментування. За складеним листом проводиться опитування тільки для клієнтів, які користуються послугою впродовж одного місяця. В рамках опитувального листа клієнт відносить себе в кожному питанні до тієї чи іншої групи.

Етап 3 – визначення «придатних» ознак сегментування (наявність визначеної математичної кореляції між питаннями в даному дослідженні).

Етап 4 – виділення сегментів. На основі отриманих ознак сегментування можна сформуванати сегментні групи – «споживчі сегменти».

6.4. Позиціювання на ринках послуг транспортних підприємств

Позиціювання на ринку – це забезпечення послугам транспортного підприємства, яке виходить на ринок, особливого положення на ринку, яке б чітко відрізняло їх від послуг конкурентів з точки зору цільових споживачів.

Розглянемо приклад позиціювання послуг транспортного підприємства на сегменті ринку, де діють чотири конкурента, які пропонують аналогічні автотранспортні послуги. Нехай для споживачів найбільш важливими параметрами послуг на даному сегменті є: ціна, якість обслуговування та розмір одноразово перевезеної партії вантажу (рис. 6.5).

Підприємство «А» пропонує послуги за середніми цінами, середньої якості та готово здійснювати перевезення середнього розміру партії вантажу. Підприємство «Б» встановлює максимальні ціни, пропонуючи при цьому високу якість послуг і має можливість для перевезення значних обсягів вантажу. Конкурент «В» пропонує свої послуги за високими цінами, має можливість для перевезень значних обсягів, однак якість його послуг середня.

Нарешті, підприємство «Г» реалізує на ринку послуги за середніми цінами низької якості і не готово до доставки значних за обсягом партій.

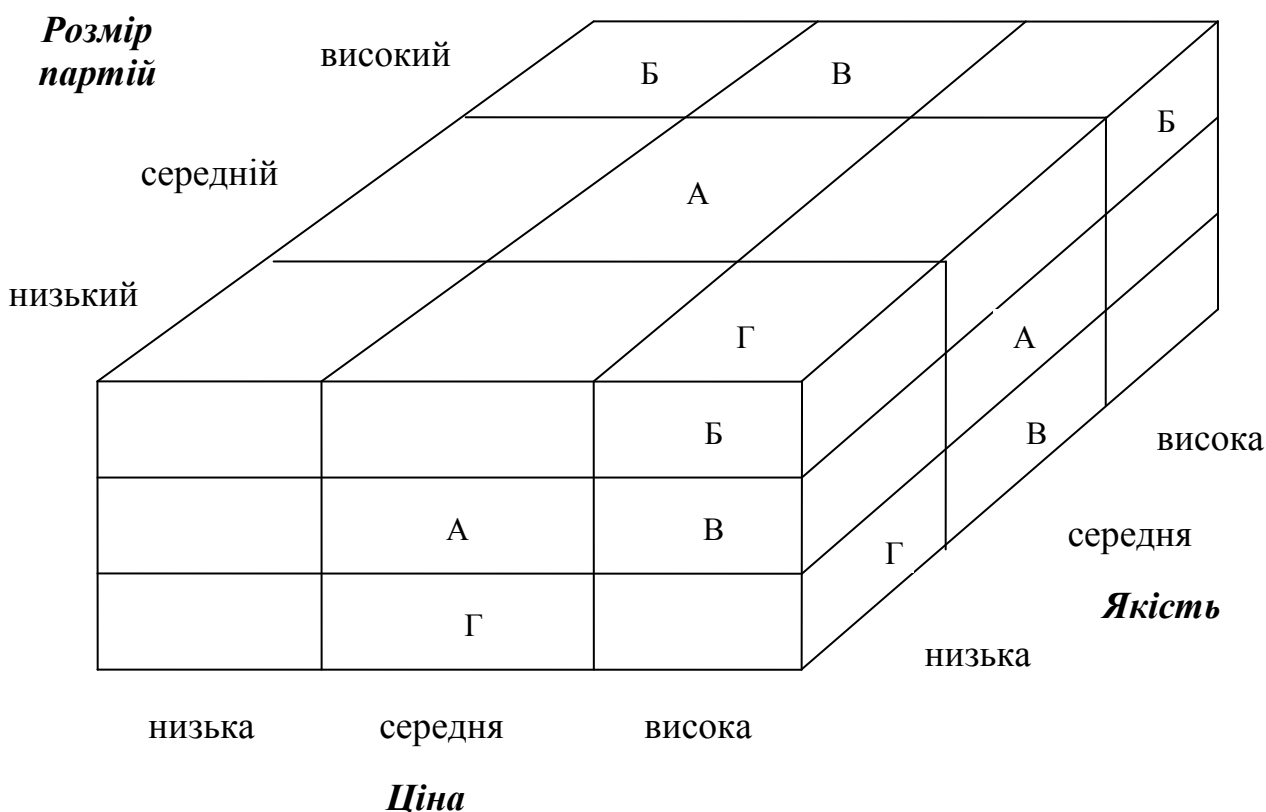


Рис 6.5. Параметри транспортних послуг на певному сегменті ринку

Транспортне підприємство «Д», яке обрало даний сегмент ринку в якості цільового й має намір ввійти в нього зі своїми послугами, може:

- розташуватися в такій же точно позиції, що й один з конкурентів, і почати вести з ним пряму боротьбу «на витиснення». В цьому випадку підприємство, яке має ті ж основні параметри послуг, що і конкурент, повинно запропонувати споживачам – додаткові послуги, більш зручні умови взаєморозрахунків, більш сприятливий для клієнта розподіл відповідальності і т.п.;

- зайняти вільну позицію, наприклад, пропонуючи послуги за низькими цінами, середньої якості і при низьких обсягах партії. В цьому випадку за цільовим параметром послуги підприємство «Д» буде поза конкуренцією, з якості воно буде конкурувати з послугами підприємств «А» і «В», а з позиції обсягу конкуренти будуть відсутні. Але ж для вибору такого варіанту необхідно

заздалегідь знати, чи достатнім виявиться попит з боку споживачів з малими обсягами партій, що перевозяться;

- обрати позицію поряд з конкурентом. Наприклад, якщо підприємство «Д» вирішує почати конкурентну боротьбу з підприємством «Б», то необхідно міняти лише один параметр в своїй пропозиції в порівнянні з конкурентом. Підприємство «Д» може конкурувати з підприємством «Б» тільки по цінам, пропонуючи послуги за середніми цінами, самої високої якості і при максимальних обсягах партії.

Займання привабливого сегменту ринку майже завжди пов'язано з позиціонуванням послуг, які пропонуються і конкурентами. У загальному вигляді такі питання розглядати складно.

Розглянемо приклад: на автобусних маршрутах працюють декілька конкурентів (А, Б, В, Г), вони експлуатують різні автобуси: за місткістю, за швидкісним режимом. Збільшення місткості автобусів (q) може призвести до недовикористання їх пасажиромісткості, збільшення швидкості (V) призведе до зменшення частоти зупинок і, як наслідок, до зменшення попиту. Які умови перевезень запропонувати, щоб зайняти свою «нішу» в сегменті ринку і успішно її розвинути? В загальному вигляді таку задачу можна вирішити шляхом оптимізації всіх параметрів послуги, в т.ч. і ціни (T), тобто можна цю задачу представити функціоналом:

$$D = F(q, V, T) \rightarrow \max \quad (6.5)$$

де D – сума доходу, грн.

Такі розрахунки потребують спеціальних досліджень, які пов'язані з вивченням платоспроможного попиту, його розподілу у часі і просторі. У кожному окремому випадку стратегія може бути різною, може навіть співпасти зі стратегією конкурента. Однак, якщо знайдена вільна «ніша», вона в подальшому буде розширюватися вглиб (збільшення числа автобусів) і вшир (розповсюдження прибутковості технології на інші маршрути).

6.5. Вибір оптимальної політики транспортної системи по обслуговуванню виробників продукції при обмеженні експлуатаційних витрат

Вибір оптимальної політики транспортної системи обумовлює доцільність обслуговування двох великих виробників продукції при обмеженні експлуатаційних витрат. Тобто завдання пов'язане з визначенням у межах діяльності фірми транспортного сервісу рівноваги в наданні послуг с точки зору мінімізації витрат (R) і максимізації прибутку. В цьому випадку цільова функція – це доходи фірми (C), а незалежна змінна – це обсяг сервісних послуг (Q). Функція витрат (R) описує так звану криву байдужості, яка показує різні комбінації послуг по обслуговуванню двох великих виробників, що мають однакову корисність для цих виробників.

Для рішення цієї задачі пропонується застосувати графо-аналітичний метод.

Побудуємо графік (рис.6.6), який характеризує межі діяльності фірми за умови, коли рівняння витрат виражено прямою

$$R = a \cdot Q + f, \quad (6.6)$$

де a, f – параметри прямої, які характеризують інтенсивність росту доходу від обсягу наданих послуг.

Рівняння доходу представляє собою параболу вигляду

$$C = \sqrt{2bQ - q}, \quad (6.7)$$

де b, q – параметри параболи, які характеризують інтенсивність зміни витрат на кожну додаткову одиницю обсягу наданих послуг.

Точки E, F , в яких крива сукупних доходів $C(Q)$ перетинає пряму витрат $R(Q)$, являються критичними та визначають економічно доцільні межі діяльності фірми.

Відрізок $R_E E$ представляє собою мінімальні витрати фірми при відсутності попиту на послуги.

До параболи $C = \sqrt{2bQ - q}$ проведено дотична, паралельна прямій $R = a \cdot Q + f$. D – точка дотику. Рівняння дотичної

$$R_o = a \cdot Q + q_o, \quad (6.8)$$

де q_0 – параметр прямої, який визначається з графіка (відповідає відрізку $0q_0$).

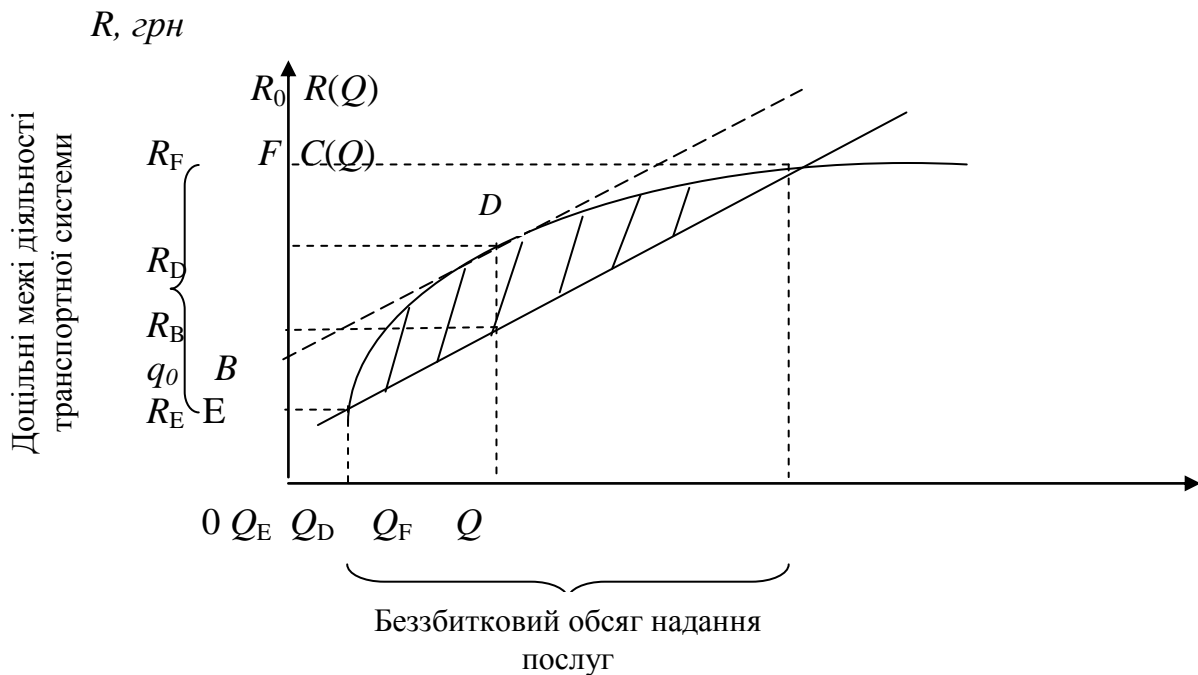


Рис. 6.6. Графік визначення максимального прибутку транспортної системи

З умови $\frac{dR}{dQ} = \frac{dC}{dQ}$ визначаємо координати точки D

$$\frac{dR}{dQ} = a, \quad (6.9)$$

$$\frac{dC}{dQ} = \frac{b}{\sqrt{2bQ_D - q}}, \quad (6.10)$$

тобто

$$a = \frac{b}{\sqrt{2bQ_D - q}}, \quad (6.11)$$

звідси

$$Q_D = \left(\frac{b^2}{a^2} + q\right) \frac{1}{2 \cdot b}, \quad (6.12)$$

тоді

$$R_D = a \cdot \left(\frac{b^2}{a^2} + q\right) \frac{1}{2 \cdot b} + q_o, \quad (6.13)$$

Для визначення максимального прибутку необхідно розрахувати ординату точки $B (R_B)$ з виразів (6.6) та (6.12).

$$R_B = \frac{a}{2 \cdot b} \left(\frac{b^2}{a^2} + q\right) + f, \quad (6.14)$$

$$Q_B = Q_D.$$

Таким чином, максимальний прибуток фірми відповідає відрізку BD і дорівнює

$$\Pi_{\max} = -\frac{a}{2 \cdot b} \left(\frac{4b^2}{a^2} + q\right) - f + \frac{a}{2 \cdot b} \left(\frac{4 \cdot b^2}{a^2} + q\right) + q_o = q_o - f, \quad (6.15)$$

Координати критичних точок E та F визначаємо вирішуючи спільне рівняння (6.6) та (6.7)

$$\begin{aligned} a \cdot Q + f &= \sqrt{2 \cdot b \cdot Q - q}, \\ a^2 \cdot Q^2 - 2 \cdot a \cdot f \cdot Q + f^2 &= 2 \cdot b \cdot Q - q, \end{aligned} \quad (6.16)$$

Отримуємо квадратне рівняння

$$a^2 \cdot Q^2 + 2 \cdot (a \cdot f - b) \cdot Q + q + f^2 = 0. \quad (6.17)$$

Рішенням цього рівняння являються

$$Q_F = \frac{-a \cdot f + b}{a^2} + \frac{\sqrt{(a \cdot f - b)^2 - a^2 \cdot (q + f^2)}}{a^2}, \quad (6.18)$$

$$Q_E = \frac{-a \cdot f + b}{a^2} - \frac{\sqrt{(a \cdot f - b)^2 - a^2 \cdot (q + f^2)}}{a^2}. \quad (6.19)$$

За умовою $(af - b)^2 - a^2 \cdot (q + f^2) \geq 0$ можна розрахувати ординати точок E та F за формулами

$$R_F = a \cdot Q_F + f = \frac{-a \cdot f + b}{a} + \frac{\sqrt{(a \cdot f - b)^2 - a^2 \cdot (q + f^2)}}{a} + f, \quad (6.20)$$

$$R_E = a \cdot Q_E + f = \frac{-a \cdot f + b}{a} - \frac{\sqrt{(a \cdot f - b)^2 - a^2 \cdot (q + f^2)}}{a} + f. \quad (6.21)$$

Таким чином, ідентифіковано зона вірогідного прибутку фірми, яку на рис.6.6 заштриховано. За межами точок E та F функціонування фірми транспортного сервісу недоцільне. Зменшення сумарних витрат фірми (переміщення прямої $R(Q)$ праворуч) приведе до розширення зони економічної доцільності діяльності фірми, росту прибутку та обсягів послуг.

Загалом за допомогою представленої моделі можна визначити доцільні межі діяльності транспортної системи.

Контрольні питання

1. Які види ринків виділяють?
2. Які етапи процесу покупки транспортних послуг?
3. Що таке ємність ринку?
4. Наведіть залежність попиту на послуги підприємства в цільовому сегменті ринку від його маркетингових зусиль.
5. Як визначається характер ринку?
6. Які етапи виділяють при проведенні сегментування ринку?
7. Яким чином здійснюється позиціонування послуг транспортного підприємства?
8. В чому полягає графоаналітичний метод при виборі оптимальної політики транспортної системи?
9. Чим характеризуються економічно доцільні межі діяльності фірми?
10. За яких умов можна досягти розширення зони економічної доцільності діяльності фірми, росту прибутку та обсягів послуг?

7. ВИВЧЕННЯ ПОТРЕБ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ

7.1. Схеми послідовного вивчення потреб індивідуального та виробничого характеру

Бажання – поняття, пов'язане з мріями людини.

Нужда – почуття недостатності чогось.

Потреба – нужда, яка прийняла конкретну форму у відповідності з особистістю індивідуума чи рівнем виробництва.

Ці визначення пов'язані ієрархічно між собою.

Попит – потреба, яка підтверджена платоспроможністю і запропонована на ринку для задоволення.

В теорії маркетингу розрізняють ринковий попит і попит на товари чи послуги даного підприємства.

Ринковий попит – це кількість товарів (послуг), яка буде куплена певною групою споживачів в даному регіоні протягом деякого періоду часу у певної групи виробників товарів (послуг).

При оцінці, вимірюванні і прогнозуванні ринкового попиту розглядають регіональний і часовий рівень, а також рівень товарів (послуг).

При розгляданні на *регіональному рівні* може аналізуватися попит окремого споживача, населеного пункту, території, держави і т.п.

Часовий рівень – передбачає можливість складання короткострокового (від тижня до декілька місяців), середньострокового (рік) чи довгострокового прогнозів зміни попиту, чи аналізу фактичної зміни попиту протягом відповідного часу.

Рівень товарів (послуг) – передбачає розглядання попиту на конкретний товар (послугу), групу товарів (послуг), на всі товари (послуги) даного підприємства і т.п.

Наприклад, ринковий попит на послуги автомобільного транспорту з перевезень цегли (рівень послуг) в адміністративному районі (регіональний рівень) на наступний місяць (часовий рівень).

Попит на послуги підприємства являє собою частку загального ринкового попиту, яка задовольняється послугами цього підприємства.

Транспортні підприємства задовольняють потреби як індивідуального, так і виробничого характеру. Як правило, індивідуальні потреби задовольняються, в основному, пасажирським транспортом, виробничі – вантажним. Але це не означає, що пасажирський транспорт, не використовується для виробничих потреб, а вантажний – для індивідуальних. Є ряд умов, коли на вантажні послуги претендує сектор індивідуальних споживачів (перевезення речей індивідуального користування, палива і т.п.), а пасажирські – виробничий сектор (доставка робочої сили до віддалених виробничих об'єктів, спеціальні перевезення професіональних груп).

Великий інтерес для транспортного підприємства має значення формування законів попиту, незалежно від виду ринку. Спочатку виникає нечітко виражене бажання, потім воно перетворюється в початкові нужди, які трансформуються в потреби, а потреби переходять в попит. Транспортне підприємство при аналізі ринку прагне, перш за все, виявити потреби. Є декілька загальновідомих схем визначення потреб як індивідуального так і виробничого характеру (рис. 7.1, 7.2). Всі вони ґрунтуються на повному аналізі стану і діалектному розвитку нужд і потреб.



Рис. 7.1. Схема послідовного вивчення потреб виробничого характеру



Рис. 7.2. Схема послідовного вивчення потреб індивідуального характеру

Як видно зі схем, механізм вивчення потреб індивідуального і виробничого характеру різний. Це пов'язано з тим, що індивідуальні потреби в більшій частині можуть лише розповсюджуватися.

Виробничі потреби повністю залежать від споживача (фірми – замовника). Якщо транспортне підприємство бажає тривалий час успішно співпрацювати зі споживачами, воно повинно перейнятися їх ідеями, філософією і майже думати з ними в «єдиному технологічному напрямку».

7.2. Методи обстеження транспортних потреб

Є кілька загальновідомих схем визначення потреб як особистого, так і виробничого характеру. Усі вони засновані на повному аналізі стану і діалектики розвитку нестатків і потреб.

На початковому етапі діяльності на ринку транспортних послуг транспортному підприємству необхідно знайти потенційних споживачів шляхом аналізу ринку. Вся зведена інформація про потреби в перевезенні по ряду підприємств називається повним набором та, як правило, вона недоступна. Користуються набором обстеження, тобто тією інформацією про потреби, що відома.

При автоперевезеннях для обстеження вибираються підприємства, продукція яких може бути перевезена автомобілями даного АТП. З набору виключаються ті підприємства, що знаходяться на великій відстані. Далі визначаються:

- можливий обсяг послуг (Q) у тоннах та т-км

$$Q = \sum_{i=1}^n Q_i; \quad (7.1)$$

$$P = \sum_{i=1}^n Q_i \cdot l_i, \quad (7.2)$$

де Q_i – обсяг перевезень продукції i -го підприємства;

l_i – відстань перевезення вантажу.

- середня відстань перевезення

$$\bar{l} = \frac{P}{Q}; \quad (7.3)$$

- річна продуктивність наявного парку в тоннах та ткм

$$W_Q = \frac{D_p \cdot \alpha_v \cdot A_{\text{спис}} \cdot T_m \cdot q_n \cdot \gamma_c \cdot \beta \cdot V_T}{l_{\text{іб}} + t_{\text{нр}} \cdot \beta \cdot V_T}; \quad (7.4)$$

$$W_P = W_Q \cdot \bar{l},$$

де D_p – дні роботи транспортного підприємства, дні;

α_b – коефіцієнт випуску парку, приймаємо $\alpha_b = 0,7 - 0,8$;
 $A_{\text{спис}}$ – списочна кількість автомобілів на підприємстві, од.;
 T_m – час роботи на маршруті, год.;
 q_n – вантажопідйомність автомобіля, т;
 γ_c – статичний коефіцієнт використання вантажності;
 β – коефіцієнт використання пробігу;
 V_T – технічна швидкість автомобіля, км/год.;
 $l_{\text{ів}}$ – довжина вантажної їздки, км;
 $t_{\text{нр}}$ – час навантаження-розвантаження, год.
 – коефіцієнт технологічності

$$K_{\text{тQ}} = \frac{W_Q}{Q}; \quad (7.5)$$

$$K_{\text{тP}} = \frac{W_P}{P} \quad (7.6)$$

Отримане значення коефіцієнту технологічності характеризує технологічну придатність рухомого складу підприємства до потреб ринку та відповідає коефіцієнту охоплення ринку i -тим підприємством.

Послуги пасажирського автомобільного транспорту загального користування відносяться до групи послуг індивідуального користування.

Транспортні послуги – це потреби соціальні, якими підкреслюють соціальний статус споживання. Вони задовольняють потреби самоствердження (у трудовій діяльності, кар'єрі), самовираження (поїздки в престижні місця відпочинку) і саморозвитку (відвідування музеїв, туристичні поїздки і т.д.). Вони залежать також від факторів формування, пов'язані з тимчасовими параметрами задоволення, зі специфікою, мають масове поширення і можуть бути як природними, так і імпульсивними і нав'язними. Визначити можна лише природні потреби. Імпульсивні і нав'язні потреби можуть бути викликані лише з якоюсь імовірністю передбачення. Найбільш розповсюдженими методами виявлення потреб і попиту є

різного роду обстеження. Обстеження потреб проводять анкетним способом, який реалізується різними методами (рис. 7.3).

Класифікація потреб індивідуального характеру наведена на рис 7.4.



Рис. 7.3. Методи обстеження транспортних потреб

Анкетування – це дорогий вид обстеження. Найбільш доступним є обстеження по місцях праці шляхом аналізу особистих справ працюючих. Це неконтактний метод, де обстежують лише виробничі приміщення. Інші види обстеження більш трудомісткі і вимагають значних підготовчих робіт, таких як попередження населення, розробка аркушів опитування та ін.

В результаті анкетних обстежень можна одержати інформацію про міжрайонні переміщення. Після обробки анкет заповнюють матрицю міжрайонних переміщень, приклад якої наведено в табл. 7.1.

Таблиця 7.1

Матриця міжрайонних переміщень

$i \backslash j$		Район прибуття					Всього виїхало
		1	2	3	4	5	
Район виїзду	1	-	170	1100	1500	200	2970
	2	150	-	400	600	800	1950
	3	20	10	-	200	180	410
	4	80	40	30	-	600	750
	5	60	90	40	-	-	190
Всього прибуло		310	310	1570	2300	1780	6270

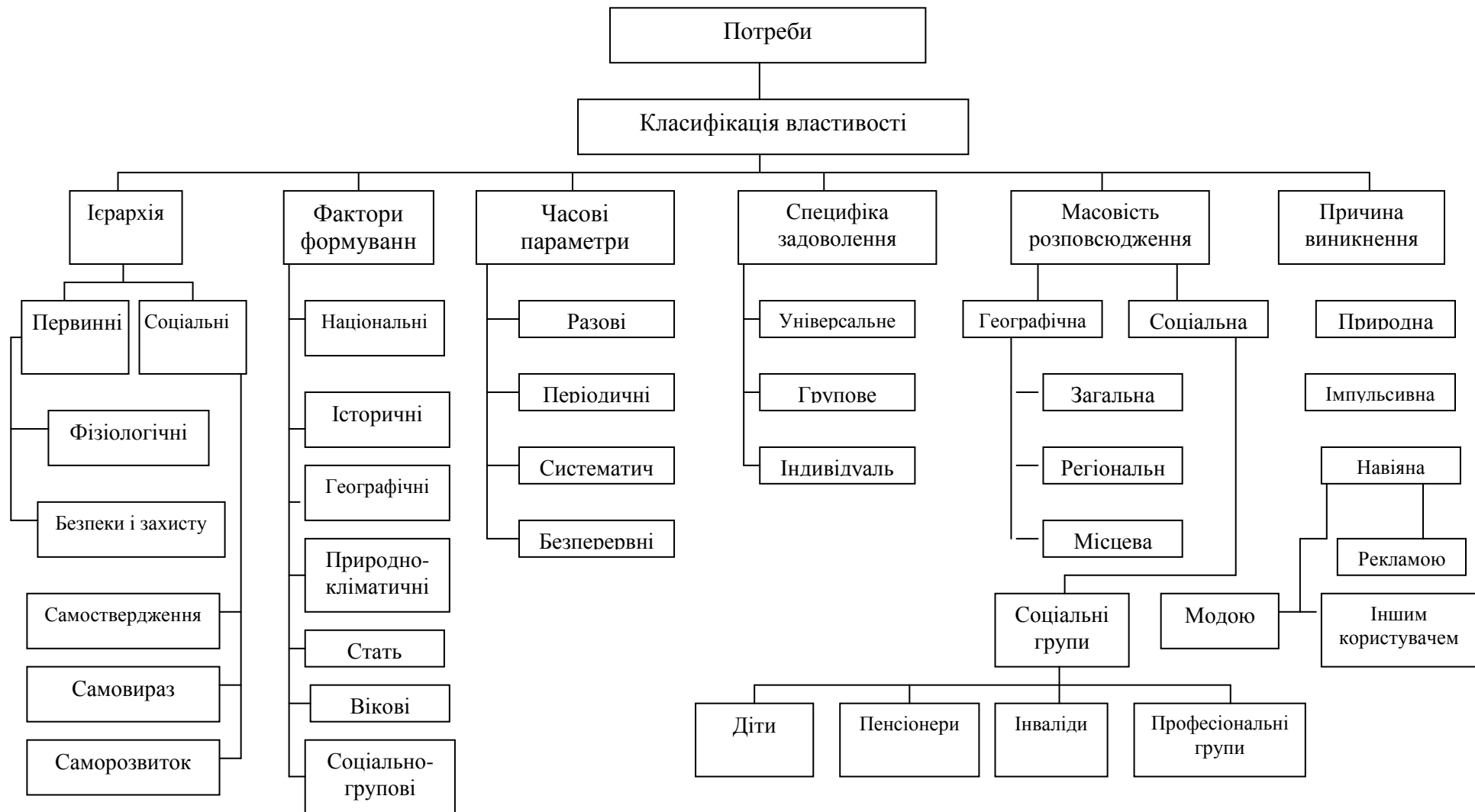


Рис. 7.4. Класифікація потреб індивідуального характеру

В подальшому ці потоки наносять на карту вулиць і доріг по найкоротшим шляхам сполучення й одержують карту пасажиропотоків. Але звичайно пасажир не завжди переміщається по найкоротшим відстаням, часто вибирають шлях не за довжиною, а за часом поїздки. Ці обставини також необхідно враховувати шляхом нанесення на карту замість кілометрів часу поїздки.

Вивчення рівня задоволення попиту проводиться на діючих маршрутах транспорту. Обстеження проводиться в транспортних засобах або на зупинках (рис. 7.5). Ці методи не такі дорогі і тому використовуються частіше. Недоліком цих методів є те, що вони вивчають лише задоволений попит. Значна частина попиту, при відмовленні в його задоволенні, не потрапляє в обстеження.

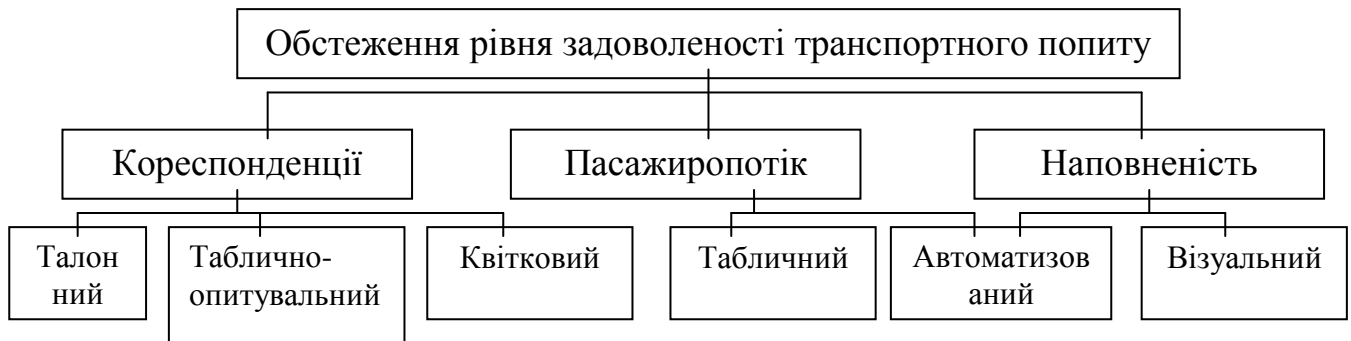


Рис. 7.5. Методи обстеження рівня попиту

7.3. Прогнозування потреб і попиту

Головне завдання при обстеженні ринку це оцінка його майбутнього стану. Послуги транспорту відносяться до групи невідкладних (за рідким виключенням). Тому знання умов розвитку ринку дозволяє передбачати інформацію, безробіття, тенденцію збільшення або зменшення доходів і т.д.

Прогноз – мистецтво передбачення стану явища в майбутньому. Прогнозування здійснюється шляхом моделювання, що проводиться за допомогою аналогових, імітаційних, статистичних моделей і експертних оцінок.

Прогнозування потреб і попиту на транспортні послуги найпростіше здійснювати статистичними методами у два етапи. Перший – це знайти фактори, що визначають стан явища в майбутньому, другий – знайти тенденцію розвитку явища. Розглянемо ці етапи.

Для реалізації факторного прогнозування необхідно знайти наявність зв'язку між показником, що досліджується, і факторами, що його визначають. Наявність зв'язку можна знайти різними методами: за допомогою коефіцієнта знаків Фехнера, коефіцієнтів кореляції Спірмена або звичайного коефіцієнта кореляції.

Коефіцієнти знаків Фехнера розраховуються за допомогою відхилень від середніх значень:

$$i = \frac{|\sum a| - |\sum b|}{\sum a + \sum b}, \quad (7.7)$$

де a – зближення знаків (збігання);

b – розбіжність знаків.

Збігання знаків визначається символом «+», розбіжність «-».

Якщо значення i дорівнює чи більше 0,4, тоді зв'язок присутній.

Більш точно зв'язок визначається за допомогою коефіцієнту кореляції Спірмена (ρ)

$$\rho = 1 - \frac{6\sum d^2}{n \cdot (n^2 - 1)}, \quad (7.8)$$

де n – кількість замірів;

d – різниця рангів;

$$d = R_Q - R_P, \quad (7.9)$$

де R_Q, R_P – рангові відхилення.

За наявністю зв'язку коефіцієнт ρ повинен бути більшим за 0,5.

Найбільш точні результати дає розрахунок коефіцієнту кореляції (r), для якого використовуються ні відхилення, ні ранги, а фактичні значення:

$$r = \frac{Q \cdot P - \bar{Q} \cdot \bar{P}}{\sigma_Q \cdot \sigma_P}, \quad (7.10)$$

де P – значення досліджуваного показника;

Q – фактор, що визначає досліджуваний показник;

$\sigma_{Q(P)}$ – середньоквадратичні відхилення $Q(P)$

$$\sigma_Q = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (Q_i - \bar{Q})^2}{n}}, \quad (7.11)$$

де Q_i – значення i -го заміру Q .

При коефіцієнті $r \geq 0,6$ зв'язок вважається існуючим.

Для виявлення наявності зв'язку може застосовуватися будь-який з наведених методів.

Рівняння загальної тенденції може являти собою кореляційну лінійну однофакторну модель

$$P = a_0 + a_1 \cdot Q, \quad (7.12)$$

де a_0 і a_1 – параметри рівняння.

Для встановлення рівняння загальної тенденції необхідно вирішити систему рівнянь

$$\begin{cases} a_0 n + a_1 \sum Q = \sum P \\ a_0 \sum Q + a_1 \sum Q^2 = \sum (P \cdot Q) \end{cases} \quad (7.13)$$

Таким чином, встановивши наявність тісного зв'язку між P і Q , отримано модель, яка може використовуватися для прогнозування P при зміні Q . Зрозуміло, що буде доволі приблизне значення, однак для попереднього аналізу ситуації на ринку воно може мати важливе

значення. Для підвищення точності опису явища можливе використання більш складної моделі багатofакторного аналізу.

Прогнозування, основане на аналізі тенденції розвитку, використовується при стабільному розвитку явища. Явище може аналізуватися також з визначенням сезонних коливань. Причому, під сезонністю розуміють не тільки дійсно сезонні коливання, а й коливання великих (економічних) й менших (за днями місяця, годинам доби і т.п.) розмірностей.

Розглянемо приклад прогнозування зміни обсягу попиту з виявленням сезонних коливань. На першому етапі розглянемо методику виявлення сезонних коливань методом ковзної середньої. Вірно розрахована ковзна середня виключає з ряду динаміки випадкові коливання і дає змогу краще виявити тенденції в розвитку [12].

Ковзна середня:

$$Q_{\text{ск.ср}}^t = \frac{\sum_{i=1}^n Q_t}{n}. \quad (7.14)$$

де Q_t – значення показника ряду динаміки, що характеризує зміни явища в часі;

n – кількість членів ряду.

Відхилення від ряду динаміки:

$$\square Q_t = Q_t - Q_{\text{ск.ср}}^t, \quad (7.15)$$

При цьому ступінь коливань розраховується через індекс сезонності, що визначається по кожному i -тому періоду:

$$I_t = \frac{Q_t}{Q_{\text{ск.ср}}^t}; \quad (7.16)$$

$$I_t = 1 + \frac{\square Q_t}{Q_{\text{ск.ср}}^t}. \quad (7.17)$$

При наявності більш ніж одного індексу сезонності необхідно визначити середнє значення індексу сезонності.

На другому етапі визначаються тенденції з послідовним розрахунком сезонних коливань і прогнозу.

Описати будь-яку тенденцію дозволяє метод найменших квадратів. Найбільш часто використовуються рівняння

– прямої

$$Q_t^{np} = a_0 + a_1 \cdot t, \quad (7.18)$$

– рівняння гіперболи

$$Q_t^{in} = a_0 + \frac{a_1}{t}, \quad (7.19)$$

– рівняння параболи

$$Q_t^n = a_0 + a_1 \cdot t + a_2 \cdot t^2. \quad (7.20)$$

Значення параметрів рівнянь визначаються шляхом вирішення системи рівнянь:

– для прямої

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum t = \sum Q_t, \\ a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 = \sum Q_t \cdot t. \end{cases}; \quad (7.21)$$

– для гіперболи

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum \frac{1}{t} = \sum Q_t \\ a_0 \sum \frac{1}{t} + a_1 \sum \frac{1}{t^2} = \sum \frac{1}{t} \cdot Q_t \end{cases}; \quad (7.22)$$

– для параболи

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum t + a_2 \sum t^2 = \sum Q_t \\ a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 + a_2 \sum t^3 = \sum Q_t \cdot t \\ a_0 \sum t^2 + a_1 \sum t^3 + a_2 \sum t^4 = \sum Q_t \cdot t^2 \end{cases} \quad (7.23)$$

Показник тісноти зв'язку між взаємопов'язаними явищами рекомендується визначати за формулою

$$\eta = \sqrt{\frac{G_{YX}^2}{G_Y^2}}, \quad (7.24)$$

де G_{YX}^2 , G_Y^2 – відповідно загальна і факторна дисперсії ознаки.

Значення коефіцієнта детермінації лежать в інтервалі $-1 \leq \eta \leq +1$.

При цьому, якщо:

$0,8 \leq |\eta| \leq 1$, то зв'язок тісний;

$0,4 \leq |\eta| \leq 0,8$, то зв'язок середній;

$|\eta| \leq 0,4$, то зв'язок слабкий.

Середнє значення індексу сезонності для t -ого періоду за однойменними періодами часу визначається за формулою

$$\bar{I}_{C_i} = \frac{\sum_{i=1}^k I_{t_i}}{k}, \quad (7.25)$$

де k – кількість однойменних періодів.

Прогнозування досліджуваного показника проводиться шляхом підстановки в отримане рівняння значень t характерних для періоду прогнозування.

Як правило період прогнозу не повинен перевищувати 1/8 ряду передісторії.

Прогнозне значення Q_t^c з урахуванням індексу сезонності розраховується за формулою

$$Q_t^c = Q_t \cdot \bar{I}_{C_i}. \quad (7.26)$$

Таким чином, встановивши залежність між значеннями попиту за минулий період можна зробити прогноз рівня попиту на ринку.

7.4. Взаємодія суб'єктів ринку транспортних послуг

Існує два види впливу на підприємство в умовах ринку: *сфера прямого* і *сфера непрямого впливу*.

Розглянемо сфери прямого (рис. 7.6) і непрямого впливу (рис. 7.7) на прикладі автотранспортного підприємства.

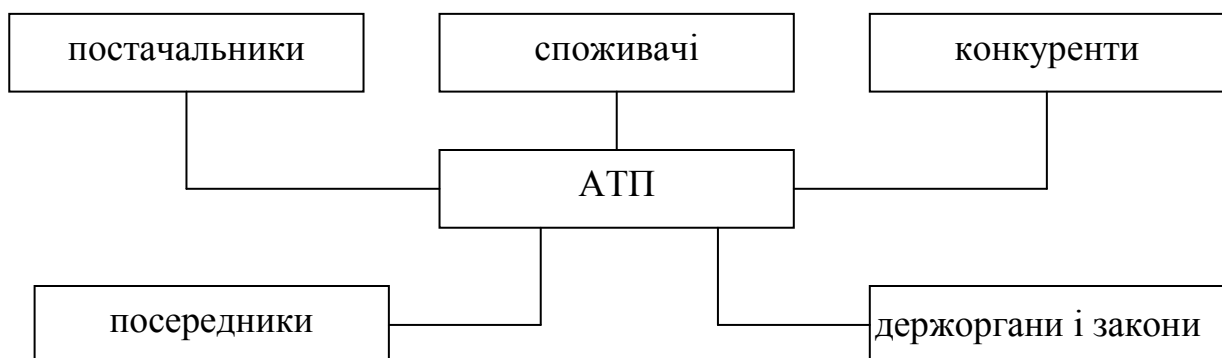


Рис. 7.6. Сфери прямого впливу

Постачальниками для АТП є постачальники рухомого складу (автозаводи чи їх дилери); постачальники паливних та мастильних матеріалів; постачальники інженерного та управлінського робочого персоналу (ВНЗи, технікуми, ПТУ, школи підготовки водіїв); постачальники капіталу (банки); постачальники інформації (СМІ, спеціальні фірми).

Споживачами автотранспортних послуг виступають промислові підприємства, підприємства торгівлі, сфера послуг і побутового обслуговування, підприємства сільського господарства, державні органи та заклади, індивідуальні споживачі.

Конкурентами АТП є інші АТП, підприємства інших видів транспорту.

Посередники – це ТЕП, логістичні центри і агенти, які надають інформаційні послуги та виступають організаторами процесу доставки.

З АТП безпосередньо взаємодіють органи державного управління: місцеві органи виконавчої влади, відділення транспортної інспекції, органи Державної податкової інспекції та ін.

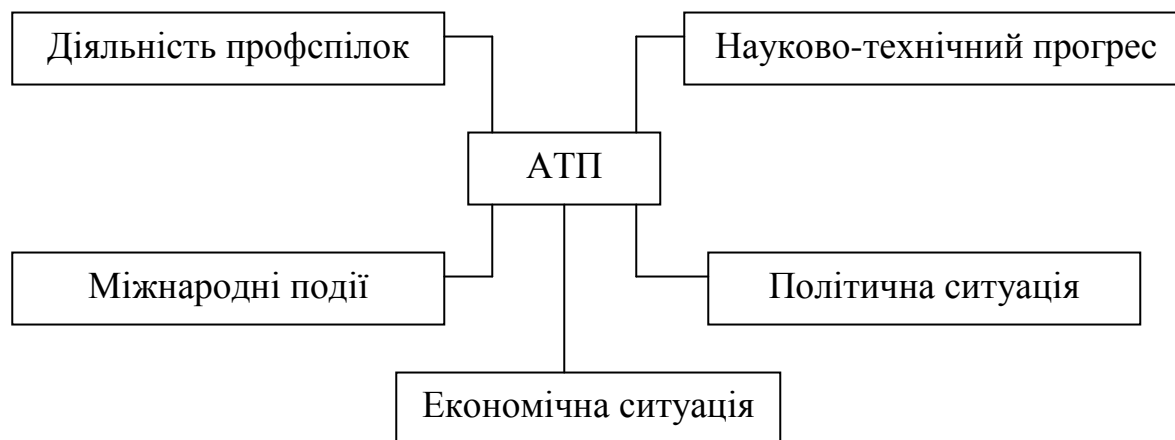


Рис. 7.7. Сфера непрямого впливу

7.5. Дослідження і аналіз ринку потенційних транспортних послуг технологічним методом

Розглянемо ситуацію, коли виробник цукрового буряка має декілька полів. Відома врожайність і можливі два способи збору врожаю – поточний і перевалочний. При поточному способі використовується автомобіль ЗІЛ-130 і бурякозбиральний комбайн. При перевалочному способі є можливість використання автомобілів більшої вантажопідйомності (КамАЗ-5320 із причепом загальною вантажопідйомністю 25 т). При цьому способі необхідний трактор «Беларусь» із причепом і навантажувач. Трактор підвозить від комбайна до бурта буряк, а навантажувач завантажує автомобіль з бурта.

Виконується економічне порівняння по витратах на 1 комбайн.

При поточному методі:

$$Z_{\text{ПОТ}} = Z_A \quad (7.27)$$

де Z_A – витрати на експлуатацію автомобілів.

При перевалочному методі:

$$Z_{\text{ПЕР}} = Z_A + Z_T + Z_{\text{П}}, \quad (7.28)$$

$$Z_A = A \cdot C_{\text{ЗМ}} \cdot V_E + C_{\text{ПОСТ}}, \quad (7.29)$$

$$V_E = \frac{l_{\text{ІВ}} \cdot V_T}{l_{\text{ІВ}} + V_T \cdot \beta \cdot t_{\text{НР}}}, \quad (7.30)$$

де Z_T – витрати на експлуатацію тракторного модуля, грн;

$Z_{\text{П}}$ – витрати на навантажувальний механізм, грн;

A – кількість автомобілів, од.;

$C_{\text{ЗМ}}$ – змінні витрати при роботі автомобіля, грн/км;

$C_{\text{ПОСТ}}$ – постійні витрати на експлуатацію автомобіля, грн/год.;

V_E – експлуатаційна швидкість, км/год.;

$l_{\text{ІВ}}$ – відстань їздки з вантажем, км;

β – коефіцієнт використання пробігу;

V_T – технічна швидкість, км/год.;

$t_{\text{НР}}$ – час навантаження-розвантаження, год.

Визначається продуктивність комбайну:

$$W_K = \frac{h}{1000} \cdot V_P \cdot Y \cdot \eta, \quad (7.31)$$

де h – ширина захвату, м;

V_P – швидкість збирання, км/год.;

Y – урожайність, т/км²;

η – ефективність використання робочого часу, $\eta=0,8$.

Визначається продуктивність автомобіля:

$$W_A^Q = \frac{g \cdot \gamma_g \cdot V_T \cdot \beta}{l_{\text{ІВ}} + V_T \cdot \beta \cdot t_{\text{НР}}}, \quad (7.32)$$

де g – вантажність автомобіля, т;

γ_g – коефіцієнт використання вантажності.

Визначається продуктивність трактора:

$$W_T^Q = \frac{g \cdot \gamma_g \cdot V_T \cdot \beta}{l_{ig} + V_T \cdot \beta \cdot t_{np}}, \quad (7.33)$$

де g – вантажність причепу, т;

V_T – технічна швидкість трактора, км/год.

Потрібна кількість механізмів

– автомобілів

$$A_A = \frac{W_k}{W_A^Q}; \quad (7.34)$$

– тракторів

$$A_T = \frac{W_k}{W_T^Q}; \quad (7.35)$$

– навантажувальних механізмів

$$A_k = \frac{W_k}{W_{II}}; \quad (7.36)$$

де W_{II} – продуктивність навантаження, т/год.

За результатами економічного порівняння по витратах на 1 комбайн при різних способах збору врожаю обирається кращий варіант, який пропонується замовнику з наведенням обґрунтування.

Контрольні питання

1. Надайте визначення потребі та попиту.
2. Наведіть схеми послідовного вивчення потреб індивідуального та виробничого характеру.
3. Які виділяють методи обстеження транспортних потреб та рівня попиту?
4. Наведіть методи прогнозування потреб і попиту.
5. В чому полягає дослідження і аналіз ринку потенційних транспортних послуг технологічним методом?

8. СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

8.1. Життєвий цикл послуги

На відміну від життєвого циклу товару (ЖЦТ) життєвий цикл послуги більш складніше встановлюється.

Життєвий цикл послуги (ЖЦП) – це період, впродовж якого послуга знаходиться на ринку. ЖЦТ визначається своєю фізичною присутністю і характеризується технологією виробництва. Поверхнева характеристика послуги (для користувачів) може не змінюватися, а виробництво трансформуватися.

По відношенню до транспортних послуг ЖЦП визначається технологічними характеристиками виробництва послуг, які для споживача виступають у вигляді комплексних якісних оцінок: швидкість руху, час доставки, комфорт поїздки, показник втрати вантажу, надійність і ін. Взагалі, іноді важко визначити цей якісний перехід. Однак, впродовж тривалого часу можна помітити ці якісні переходи, які визначаються ЖЦП. Рідко зустрічаються дуже значимі оцінки послуги: поява спеціалізованих транспортних засобів (самоскидів, фургонів, цементовозів і ін.) і пасажирських послуг (швидкісні і експресні перевезення, вантажо - пасажирські послуги).

Розглянемо основні стадії ЖЦП. Знаючи стадії життєвого циклу, в якій знаходиться послуга, можна прогнозувати і планувати прийняття рішень з її виробництва і реалізації (ці стадії для послуги єдині).

Відзначають чотири основних стадії ЖЦП (рис.8.1):

1. Вихід на ринок.
2. Зростання.
3. Зрілість.
4. Спад.

«*Вихід на ринок*» – це період появи послуги на ринку і поступового збільшення її продажу. Стадія «виходу на ринок» характеризується повільним збільшенням обсягу збуту, що

обумовлено декількома причинами. По-перше, це повільне збільшення виробничих потужностей. По-друге – небажання споживачів змінювати прийняті звички, недовіра до новинок, що пов'язано з психологією споживачів. Час сприйняття новинки розподіляється за періодами незалежно від складу споживачів. По-третє – відсутність інформації про новинку.

Проведені дослідження [2] показали, що стабільний пасажиропотік на новому автобусному маршруті встановлюється через 45 діб. Тому стадія «виходу на ринок» послуги потребує значних втрат, які окупаються лише на наступних стадіях.

Якщо послуга відповідає потребам ринку, тоді обсяг збуту поступово збільшується – це стадія *зростання*. На цій стадії ринку, як правило, з'являються конкуренти, які проникають на ринок завдяки меншим цінам. Тому організація-лідер, як правило, також змушена знижувати ціни, щоб зберегти досягнутий обсяг збуту.



Рис. 8.1. Основні стадії ЖЦП

На певному етапі ЖЦП знижуються темпи зросту обсягу збуту послуг. Послуга потрапляє в стадію відносної *зрілості*. З боку транспортних підприємств вживаються будь-які заходи, щоб ця стадія була найбільш тривалою, що обумовить подовження життя послуги. Цю стадію умовно можна розділити на 3 частини. Перша – фаза *зрілості, що збільшується*. На цій фазі обсяг збуту повільно

збільшується тому, що на ринку з'являються покупці і споживачі, які відносяться до групи відстоюваної більшості і відстаючі. Друга фаза – *стабільна зрілість*. Вона забезпечена традиційними користувачами послуг. Третя – *зрілість, яка зменшується*. Ця фаза є сигналом для виробника, про те що наближається стадія спаду. Тому на цьому етапі реалізується більшість маркетингових стратегій, які передбачають стабілізацію збуту.

Для більшості послуг рано чи пізно настає період зниження обсягу збуту. При цьому, він може знижуватися повільно чи швидко, може знизитися до нуля чи стабілізуватися на низькому рівні й утримуватися доволі тривало. Причин цього явища багато – від технологічної відсталості до зміни вимог на послуги у споживачів. Однак частіше, це поява послуги – замітника, яка забезпечується конкурентами за найбільш вигідними умовами.

8.2. Концепції ринкової поведінки підприємства

В світі відомі декілька орієнтацій виробництва – *товарна, збутова та маркетингова (ринкова)*.

Перші дві орієнтації – товарна і збутова мають так названу «комерційну короткозорість», так як не враховують те, що попит завжди орієнтовано не на товар (послугу), а на задоволення конкретної потреби. Тому, яким би чином не поліпшувалися технологічні характеристики товару (послуги), в тому числі і перевізного процесу, споживач буде шукати інший, більш вигідний спосіб задоволення потреби, в тому числі і переміщення вантажу чи пасажирів, ґрунтуючись лише на потребі в цілому. В деяких випадках (виключеннях) він може зовсім відмовитись від перевезень, знайшовши вантаж (робочу силу) у місці виникнення потреби в ній.

Більшість дослідників виділяють сім основних концепцій ринкової поведінки підприємства [4]:

- 1) вдосконалення виробництва;
- 2) вдосконалення товару (послуги);
- 3) інтенсифікація комерційних зусиль чи збуту;

- 4) маркетингу;
- 5) соціально-етичного маркетингу;
- 6) стратегічного маркетингу;
- 7) логістики.

Концепція вдосконалення виробництва.

Основою застосування концепції є ствердження, що споживачі будуть прихильні до товарів (послуг), які широко розповсюджені й доступні за ціною.

Передумовами розвитку підприємства є:

- 1) підприємство спрямовує свої зусилля на вдосконалення виробничого процесу і підвищення ефективності системи розподілу;
- 2) попит перевищує пропозиції;
- 3) собівартість товару (послуги) висока і потребує зниження через підвищення виробітку.

Концепція вдосконалення товарів (послуг).

Основою цієї концепції є переконання в тому, що покупець буде купувати товар (чи користуватися послугами) даного підприємства, головним чином, завдяки високій якості й помірній ціні. До основного недоліку цієї концепції можна віднести її певну “статичність”, неврахування ринкової ситуації, що постійно змінюється, орієнтованість, перш за все, на традиційні для даного підприємства види товарів і послуг.

Концепція інтенсифікації комерційних зусиль чи збуту.

Збутова концепція має на увазі інтенсифікацію комерційних зусиль з просування товарів (послуг) до споживача і передбачає, що споживач купить товар чи скористується послугами даного підприємства, головним чином, за наявності певних зусиль зі збуту цього товару (послуги) та його стимулювання.

Основним недоліком концепції збуту є ігнорування дійсних потреб споживачів. Коли споживачі усвідомлюють ці потреби, концепція збуту стає неефективною.

Концепція маркетингу є концепцією ринкової поведінки підприємства, яка набула в останній час широке розповсюдження на більшості ринків товарів і послуг. Ця концепція оснований на визначенні нужд, потреб і реальних споживчих оцінок якості товарів

чи послуг, які забезпечують задоволення потреб споживачів з паралельним досягненням комерційної вигоди. Вона визнає не обхідність пристосування виробництва до нужд і потреб споживачів, причому краще, ніж це роблять конкуренти.

Особливе місце в цій концепції займає вивчення і аналіз потреб, зіставлення можливостей виробництва з динамікою попиту, прогнозуванням потреб і можливостей їх трансформації.

В цьому напрямку пріоритет переміщується до споживача, з'являється «суверенітет споживача». З цією концепцією з'явилися такі відомі вирази як «споживач завжди прав», «виробляйте те, що зможете продати, а не пробуйте продати те, що зможете виробити» і ін.

В останні роки висунута концепція, яка має назву *соціально-етичного маркетингу*.

Концепція соціально-етичного маркетингу виникла в результаті усвідомлення тієї загрози, яку може нанести зовнішньому середовищу і суспільству неконтрольована діяльність підприємств на ринку. Сумніви викликає не ефективність концепції маркетингу для підприємства, а прийнятність її для суспільства в цілому. Сутність цієї концепції зводиться до ідеї про те, що підприємство задовольняючи інтереси свого безпосереднього споживача, повинно одночасно діяти і в інтересах суспільства в цілому, враховуючи такі фактори, як забруднення зовнішнього середовища, споживання природних ресурсів, дотримання моральних обмежень і т.п.

Прикладами товарів, які мають ринковий успіх, але в певному ступені суперечних довгостроковим інтересам суспільства в цілому, є: престижні великі автомобілі (які споживають багато палива та займають багато місця на міських вулицях), пральні порошки-детергенти (які забезпечують високий рівень якості прання, але не розкладаються в природі після вживання і безповоротно забруднюють світовий океан) і т.п.

Отже, при прийнятті маркетингових рішень необхідно враховувати чотири фактори: потреби споживача, його інтереси, інтереси фірми та інтереси суспільства.

Підприємство, яке дотримується концепції соціально-етичного маркетингу, керується наступними передумовами:

1. Мета підприємства – задоволення розумних інтересів споживачів у відповідності з інтересами суспільства;
2. Підприємство готово постійно вдосконалювати свої товари, послуги і всю діяльність у відповідності з інтересами споживачів;
3. Підприємство відмовляється від виробництва товарів чи послуг, існування яких суперечить об'єктивним інтересам споживачів;
4. Підприємство впевнено, що споживачі доброзичливо віднесуться до діяльності з забезпечення їх довгострокових розумних потреб.

Концепція стратегічного маркетингу перемикає фокус своєї діяльності від споживача чи продукту на зовнішнє оточення фірми. Знати все, що можливо про клієнта, вже становиться недостатньо. Для того, щоб домогтися успіху, потрібно знати умови, в яких він діє всебічно, в тому числі і урядову політику регулювання, економічні, соціальні і політичні макросили, які визначають еволюцію ринків.

Сучасний маркетинг – це маркетинг стратегічний, прибутковий, наступальний, ефективний, якому властиві масштабність, агресивність і глобалізм. Його сутність виражається поняттями:

- прибутковість – підтримка адекватного балансу між потребою компанії в прибутку і потребою покупця в товарі;
- перейти в наступ – захват лідерства на ринку, який змушує конкурентів прямувати за «першопрохідцями»;
- «інтегрування» – охоплення маркетинговим підходом всієї діяльності компанії;
- стратегія – аналіз попередньої поведінки як умова виробітку виграшної стратегії;
- ефективне використання;

На думку американських маркетологів існує сім основ нового маркетингу: високоякісний товар, нововведення, довгостроковий прогноз, інвестиції, постійна атака, швидкість, погляд уперед.

В цілому перед стратегічним маркетингом стає задача досягнення максимальної споживчої задоволеності і підвищення якості життя.

Однак, в свою чергу, задоволення потреб є засобом досягнення головної цілі підприємства – отримання прибутку.

На практиці ринкова діяльність будь-якого підприємства не визначається і не може визначатися однією єдиною стратегією, яка береться в чистому вигляді. Задача полягає в тому, щоб правильно розподілити наявні ресурси за окремими елементами маркетингових зусиль.

Подальший розвиток ринкових відносин показує, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах постійної нестабільності зовнішнього середовища неможливо досягнути без комплексного підходу до управління господарською діяльністю підприємства, тобто без реалізації *концепції логістики*.

В останній час все більше уваги приділяється розвитку концепції логістики, що передбачає системність, цілісність, оптимізацію сумарних витрат, єдність проектування та реалізації бізнес-процесів.

При цьому головними особливостями цієї концепції є:

- виділення єдиної функції управління матеріальними та інформаційними потоками;
- інтеграція окремих ланок концентраційно-розподільчої системи в єдину систему, що забезпечує ефективне управління матеріальними та інформаційними потоками.

Отже, поява та впровадження концепції логістики в практичну діяльність підприємств обумовлена наступними причинами:

- зміною методів та посиленням конкуренції на міжнародному та регіональному ринках;
- досягненням межі ефективності технологічних процесів виробництва продукції (послуг);
- суттєве зростання витрат на виконання операції з підготовки ресурсів до обробки та їх доставці до місць використання чи реалізації;
- доцільністю об'єднання зусиль суб'єктів господарювання для якісного задоволення потреб ринку;
- орієнтацією на оптимізацію бізнес-процесів, починаючи від фази видобутку сировини та завершуючи фазою споживання продукції чи послуг;
- широке розповсюдження сучасних інформаційних технологій.

Слід зазначити, що на практиці ринкова діяльність будь-якого підприємства не визначається і не може визначатися однією єдиною стратегією, яка взята у чистому вигляді, тобто не існує чіткого розподілу концепцій управління підприємством (окремі їх етапи тісно пов'язані між собою). Задача полягає в тому, щоб правильно розподілити наявні ресурси за окремим елементами маркетингових зусиль.

8.3. Стратегії маркетингу по стадіям життєвого циклу послуги

Найбільш прийнятними для виробництва є життєві цикли, які мають найбільш тривалі стадії зрілості послуги. Як раз на цій стадії досягається найбільший позиційний результат.

Однак, зустрічаються ситуації, коли ЖЦП відрізняється від традиційного за тими чи іншими причинами (рис. 8.2).

Цикл «захоплення» характерний для так названих модних послуг, де практично відсутня стадія зрілості.

Цикл «відновлення» чи «ностальгічний» має місце, коли проявляється повторний цикл, який пов'язаний з оновленням попиту.

«Сезонний» цикл характерний для багатьох явищ, які пов'язані зі зміною орієнтацій споживачів у зв'язку з часом. Це можуть бути потреби, які пов'язані з сезонним попитом (поїздки до місць відпочинку у літній час, перевезення продукції сільського господарства та ін.). Як правило, явище сезонності проявляється у стадії зрілості послуги.

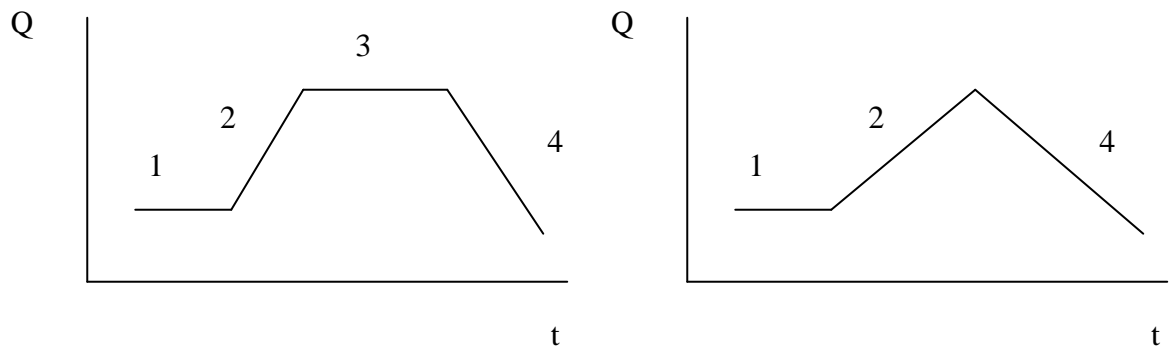
Невдалий та не продуманий вихід на ринок з послугою, яка не користується попитом, приводить ЖЦП до провалу.

Кожен виробник прагне мати «традиційний» варіант ЖЦП, для досягнення чого використовуються різні стратегії.

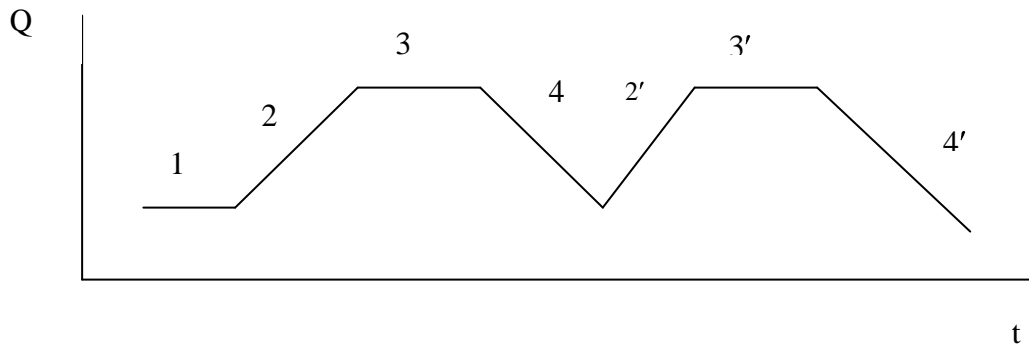
На стадії «впровадження» найбільш часто застосовуються стратегії, які стимулюють попит – це стратегія стимулюючого маркетингу (попит < пропозиції).

а) традиційний

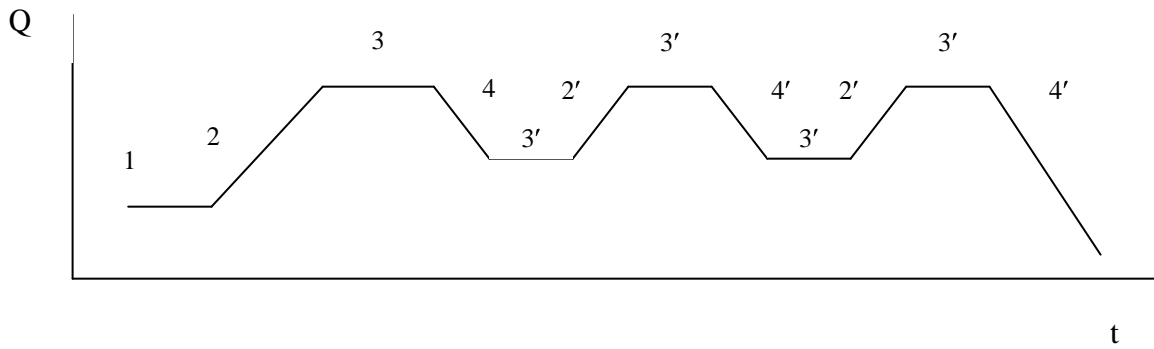
б) захоплення



в) відновлення (ностальгічний)



г) сезонний



д) провал

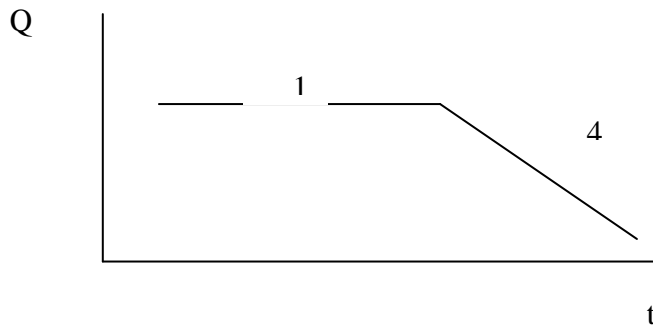


Рис. 8.2. Різновиди життєвих циклів послуги: 1 – вихід на ринок; 2 – зріст; 3 – зрілість; 4 – спад

На стадії «зростання» практикується стратегія «демаркетингу». Застосовується тоді, коли попит в якийсь момент починає перевищувати пропозицію. Стримують попит (для цього підвищується ціна) ліквідуються всі пільги, зменшуються витрати на рекламу.

На стадії «зрілості» реалізується стратегія «підтримуючого» маркетингу (попит = пропозиція). Ця стратегія спрямована на стабілізацію попиту. Проводиться цілеспрямована реклама компанії, контролюється збут.

Найбільш ефективні заходи реалізуються на стадії «спаду». Це стратегії «ремаркетингу» і конверсійного маркетингу (попит < пропозиції), який має три стратегії.

Перша стратегія – маркетинг-мікс. Модифікуються маркетингові комунікації і елементи (реклама, маршрутна сітка, розклад, сервіс, обслуговуючий персонал і ін.).

Друга стратегія – це модифікація послуги. Змінюються показники якості, час реалізації. Конверсійне перетворення послуги може викликати появу нової.

Третя стратегія «сінхромаркетингу» – це комплексна стратегія, яка є конгломератом раніш названих стратегій в залежності від фази циклу.

В загальному вигляді стратегії представлені в табл. 8.1.

Таблиця 8.1

Стратегії маркетингу по стадіям життєвого циклу послуги

Об'єкт впливу	Фаза			
	Впровадження	Зростання	Зрілість	Спад
1	2	3	4	5
Послуга	Усунення недоліків, ріст обсягу	Пропозиції гарантії додаткових послуг, сервісу	Поширення асортименту, вдосконалення	Зняття з виробництва, конверсійні зміни
Ціна	Вивчення ринку, узгодження ціни, нормування витрат	Зниження (збільшення) впровадження (зняття) пільг	Узгодження з цінами конкурентів	Різні зниження

1	2	3	4	5
Мережа реалізації	Вибірковий загальний	Поширення	Введення посередників	Звуження мережі
Реклама	Інформаційне забезпечення	Збільшення інформації, реклами	Реклама, що нагадує; аналіз відгуків	Зниження витрат за основною галуззю; ріст за конверсією
Методи стимулювання	Пробне обслуговування, випробування, безгрошове використання	Створення переваг та пільг для вітчизняних споживачів	Розвиток задоволення для світового кола споживачів	Ліквідація, стимулювання

8.4. Канали збуту транспортних послуг

Транспортні послуги організуються та використовуються одночасно. Процеси виробництва та споживання сумісні. Тому *каналами збуту* є маршрути виконання перевезень і технології виробництва послуг. На одному маршруті можуть реалізовуватися одна чи декілька технологій.

Вантажні перевезення можуть реалізовуватися на простих і складних маршрутах (рис. 8.3). Розробка раціональних маршрутів достатньо формалізована.

Зусилля всіх виробників послуг спрямовані на розвиток каналів збуту, для чого забезпечується максимальна доступність послуг, лояльність споживачів, прибутковість реалізації. В основній масі послуги вантажного транспорту розповсюджуються методами прямого маркетингу, тобто підприємство безпосередньо виходить на споживача.

Але для ряду транспортних послуг використовуються непрямі канали збуту, тобто через посередників.

Посередниками виступають логістичні центри, ТЕП і агенти. Це типова *вертикаль маркетингової системи* (ВМС). Метою створення таких систем для лідируючих підприємств є отримання незалежності і подальшого закріплення на ринку, зниження витрат.

Розрізняють корпоративні, договірні і управляючі ВМС.

При *корпоративній ВМС* виробництво та розподіл знаходяться в руках однієї компанії.

Договірні ВМС передбачають координацію дій незалежних фірм на основі договірних відносин для досягнення більшої економії і чутливих комерційних успіхів, ніж у випадку різнобічних дій.



Рис. 8.3. Канали збуту вантажних транспортних послуг

Управляючі ВМС координують дії самостійних посередників, які є незалежними підприємствами. На транспорті ТЕПи та логістичні центри відносять до управляючих ВМС. Вони складають угоди зі споживачами, а потім замовляють транспорт для задоволення потреб споживачів. Підприємства-представники магістральних видів транспорту таким чином визволяються від невласливої їм функції формування відправок та зберігання вантажу.

Пасажи́рські перевезення виконуються за звичайною масовою, швидкісною, спеціальною та індивідуальною технологіями. Основні канали збуту – маршрути перевезень пасажирів (рис. 8.4).

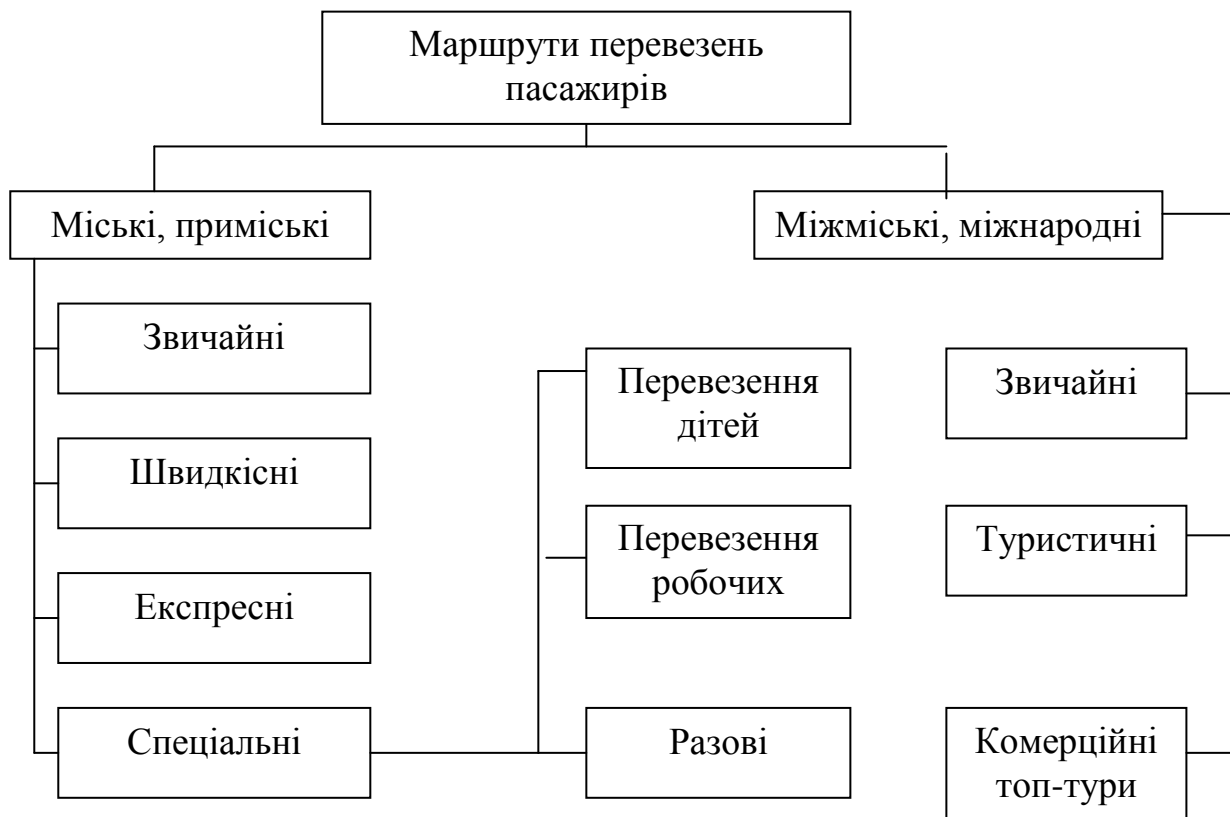


Рис. 8.4. Маршрути перевезень пасажирів

8.5. Оптимізація параметрів каналів вантажопотоків доставки дрібнопартійних вантажів

Розглянемо функціонування каналів вантажопотоків доставки дрібнопартійних вантажів автомобільним транспортом при ситуації, яка передбачає випадковий характер підходу автомобілів на вантажний пункт підприємства, що відвантажує свою продукцію; чіткі строки постачання за часом і кількістю продукції, перебільшення попиту над запасами допустиме. Для здійснення вибору раціональних параметрів каналів вантажопотоків пропонується сформулювати інтегральний показник, що виражає загальні витрати по виготовленню, зберіганню, транспортуванню та споживанню готової продукції при дотриманні умови доставки

вантажу «точно в строк», який враховує витрати всіх учасників технологічного процесу: виробництва, транспорту та споживання.

Схема розрахунку інтегрального показника може бути представлена у вигляді цільової функції. За критерій оптимальності пропонується взяти параметри, значення яких пов'язані зі всіма складовими цільової функції.

$$R(m, m_p, q_{\text{нав}}) = R_{\text{пост}} + R_{\text{збер}} + R_{\text{оч}} + R_{\text{оф}} + R_{\text{пер}} + R_{\text{роз}} + R_{\text{одер}}, \quad (8.1)$$

де m – розмір транспортної партії вантажу, т;

m_p – резервний запас вантажу на складі, т;

$q_{\text{нав}}$ – виробнича потужність складу відправника, т/доб;

$R_{\text{пост}}$ – витрати постачальника на виконання замовлення, грн;

$R_{\text{збер}}$ – витрати на зберігання готової продукції у відправника, коли процес накопичення є безупинним, грн;

$R_{\text{оч}}$ – витрати, пов'язані з очікуванням автомобілями навантаження, грн;

$R_{\text{оф}}$ – вартість оформлення замовлення та покупна вартість товару, грн;

$R_{\text{пер}}$ – вартість перевезення автомобільним транспортом, грн;

$R_{\text{роз}}$ – витрати на розвантаження автомобіля на вантажному пункті споживача, грн;

$R_{\text{одер}}$ – витрати на зберігання вантажу у одержувача до моменту, коли вантаж надається до виробництва, грн.

В сучасних умовах основна задача каналів вантажопотоків (доставка «точно в термін» і в повній цілості) вирішується на основі застосування системного підходу. Оскільки доставку «точно в термін» необхідно здійснювати з мінімальними витратами трудових, матеріальних і грошових ресурсів, при розробці математичної моделі функціонування каналів вантажопотоків, крім системного підходу, повинний бути врахований принцип оптимальності.

У зв'язку з цим, повинні бути оптимізовані технологічні і технічні параметри системи. До таких параметрів відносяться:

- рівень запасів на складах підприємств;
- розмір транспортної партії вантажу;

- тривалість виробничого циклу підприємства;
- потужність технічного оснащення вантажних фронтів, складів та ін.

Виробничо-транспортні ланцюги (ВТЛ) на мікрорівні включають підсистеми: виробництво, транспорт, маркетинг і розподіл, споживання. Кожна підсистема вирішує своє коло задач. Кожна задача ототожнюється з показником, що впливає на оптимальність функціонування ВТЛ, є самостійним етапом і може бути вирішена у певній послідовності.

Витрати на окремих етапах описуються відповідно функціями R_0, R_1, \dots, R_6 . Моделюючи процес функціонування кожного етапу визначаються або витрати від основних найбільш важливих параметрів, або оптимізуються показники за критерієм витрат [3].

Контрольні питання

1. Які стадії містить життєвий цикл послуги?
2. Які концепції ринкової поведінки підприємства виділяють?
3. Наведіть різновиди життєвих циклів послуги.
4. Охарактеризуйте стратегії маркетингу по стадіям життєвого циклу послуги.
5. Що являють собою канали збуту транспортних послуг?
6. В чому полягає оптимізація параметрів каналів вантажопотоків доставки дрібнопартійних вантажів?

9. КОНКУРЕНЦІЯ. КООПЕРАЦІЯ. ВИДИ КОНКУРЕНЦІЇ НА ТРАНСПОРТІ

9.1. Види та форми конкуренції

Конкуренція – це змагання виробників товарів та послуг за найбільш вигідні сфери застосування капіталу, ринки збуту, джерела ресурсів.

Конкуренція є однією із невід’ємних складових ринкової економіки, що забезпечує повноцінне функціонування ринку. Разом з цим конкуренція сама по собі не забезпечує нормального функціонування ринку. Більш того, конкуренція, яка не контролюється, здатна при певних умовах породжувати серйозні проблеми – монополізацію виробництва, обмеження прав споживачів та поява сумлінних виробників, нераціональне використання ресурсів, негативні соціальні наслідки і т.д. Тому процес конкуренції потребує постійного державного регулювання. Головним позитивним результатом конкуренції є стимулювання підприємств до підвищення якості товару і послуг.

Іншим важливим наслідком конкуренції є те, що вона, як правило, стримує зріст цін на продукцію та послуги.

У свою чергу, підвищення якості послуг та зниження цін на них неможливо без розвитку виробництва та впровадження нової техніки, і це – ще один наслідок конкуренції. Тому підприємства, які піддаються впливу конкуренції, змушені витратити кошти на інновації. Транспортні підприємства прагнуть придбати більш сучасний рухомий склад, навантажувально-розвантажувальні механізми та складське обладнання, впроваджувати сучасні методи управління, застосовувати більш ефективні технології організації перевезень.

Нарешті, конкуренція змушує транспортні підприємства надавати клієнтам комплекс додаткових послуг, розширюючи тим самим сферу своєї діяльності і різноманітних послуг, супутніх їй.

Недоліки конкуренції:

- спричиняє промисловий шпіонаж;
- призводить до підробки фірмової продукції;
- обман споживачів та інше.

Конкуренція має подвійну природу: на поверхні явища конкурують послуги; за зовнішньою оболонкою послуги – виробники.

Процес конкуренції розглядається з точки зору способу отримання конкуруючими підприємствами переваг на ринку.

Розрізняють цінову та нецінову конкуренцію.

Цінова конкуренція оснований на отриманні переваг на ринку за рахунок зниження цін. Виникнення її відноситься до періоду вільних ринкових відносин, коли ціна на схожі (ідентичні) товари та послуги могла бути зовсім різною у різних підприємств.

У наш час в зарубіжній практиці в умовах державного регулювання та насичення ринків товарами та послугами можливість цінової конкуренції зведена до мінімуму. Реалізація товарів та послуг по заздалегідь зниженим цінам (демпінг) переслідується законом. Разом з цим на вітчизняному ринку послуг автомобільного транспорту, який ще недостатньо насичений, цінова конкуренція все ще являється різновидом конкуренції.

Виділяють два різновиди цінової конкуренції:

– пряма – при виході підприємства на його традиційний ринок з новими для себе послугами або при виході з традиційними послугами на новий ринок;

– прихована – підприємство сповіщає про появу на ринку товару або послуги з суттєво кращими споживчими характеристиками, а ціна при цьому підіймається несуттєво.

Нецінова конкуренція проявляється в прагненні підприємства покращити свій стан на ринку за рахунок підвищення рівня якості продукції (послуги) та умов її реалізації («точно в строк», «від дверей до дверей», термінова доставка).

По типу конкуруючих суб'єктів в теорії маркетингу розрізняють три основні форми конкуренції функціональну, видову та міжфірмову.

Функціональна конкуренція проявляється як фактор, що впливає на діяльність підприємства незалежно від того, чи є на ринку підприємства-конкуренти, які пропонують аналогічні товари або послуги, чи їх не має (наприклад, якщо АТП займається автобусними перевезеннями пасажирів у сільській місцевості, фактором функціональної конкуренції для нього є звичка місцевих жителів їздити на велосипеді).

Видова конкуренція має місце, при наявності декількох різновидів одного товару або послуги, що пропонуються конкуруючими підприємствами (наприклад, при міжміських перевезеннях, які виконуються автомобільним, залізничним, річковим, водним та повітряним транспортом).

Міжфірмова конкуренція охоплює підприємства, які пропонують на ринку однотипні товари і послуги (конкуренція між однотипними по спеціалізації АТП).

Подвійна природа конкуренції відображається у найважливішій характеристиці послуги – її конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність – це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, економічним, технічним, естетичним, ергономічним характеристикам, але і по комерційних і інших умовах його реалізації (строки постачання, ціна, канали збуту, сервіс, реклама) [3].

Конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства здійснювати виробництво товарів (послуг), які за своєю вартістю та іншими характеристиками будуть більш привабливими для клієнтури, ніж аналогічні товари чи послуги конкурентів.

9.2. Державне регулювання конкуренції

Держава, регулюючи процес конкуренції, переслідує наступні основні цілі:

– захист споживачів від можливих негативних результатів процесу конкурентної боротьби. При цьому контролюється три головних моменти: якість обслуговування, рівень цін та відповідність реклами дійсному характеру послуг;

– захист існуючих на ринку підприємств від витиснення конкурентами. Мова тут йде не про захист від діяльності конкурентів взагалі, а про припиненні порушень окремими підприємствами „правил гри” (несумлінна конкуренція);

– захист суспільства у цілому від можливих негативних наслідків діяльності конкуруючих підприємств (забруднення навколишнього середовища, створення соціальної напруженості і т.п.).

В розвинутих країнах застосовується багатоцільове комплексне регулювання суспільного виробництва з боку держави. Кожній з цих країн властива не одна, а декілька конкретних систем регулювання. Це пов'язано з обраною стратегією розвитку виробництва. Так, наприклад, у Франції в основі концепції регулювання полягає збалансований розвиток виробництва, а у США – підвищення попиту над пропозицією. В Англії отримала розвиток концепція підтримання збалансованості економіки при помірному рості виробництва. Кожній концепції відповідають свої методи регулювання. При цьому використовуються три основні форми впливу: економічне, адміністративно-економічне, адміністративне.

Економічні методи регулювання можна розділити на три напрямки: регулювання доходів (податки), регулювання витрат (бюджетна політика), кредитно-грошова політика.

Податкові доходи держбюджету поділяються на прямі та непрямі. К прямим відносяться податок на прибуток підприємств, податок на доходи, які отримані з фізичних осіб, інші прямі податки.

Непрямі податки включають в себе митні мита, податки на окремі види товарів, гербові та реєстраційні збори, земельний податок.

Одним із методів регулювання економіки виступає бюджетна політика, включаючи вплив на державні витрати, а також регулювання співвідношення доходів і витрат бюджету. Основні види витрат складають державні капвкладення, державні закупки товарів та послуг, витрати держави на науково-дослідницькі розробки, витрати на соціальні потреби, державні субсидії та кредити.

Кредитно-грошова політика відображається у регулюванні надання кредитів і рівня облікового відсотку, а також у регулюванні грошового обігу.

Методи державного регулювання можуть бути як прямі, так і непрямі. Так, прямий вплив відбувається у вигляді цільового фінансування розвитку пріоритетних напрямків.

Непрямий вплив на економіку та формування доходів відбувається через сукупність податків за наступною класифікацією:

- за об'єктом оподаткування: на прямі та непрямі;
- від органу здійснюючого стягнення та їх розподіл: державні та місцеві;
- від порядку використання: загальні і змішанні.

9.3. Методика аналізу діяльності конкурентів

Загальні напрямки щоденної роботи комерційної служби транспортних підприємств по вивченню конкурентів:

- виявлення всіх конкуруючих підприємств у зоні діяльності транспортного підприємства і основних факторів функціональної конкуренції, що впливають на транспортно-збутову діяльність клієнтури, що обслуговується;

- аналіз сильних та слабких сторін груп конкурентів і кожного конкуруючого підприємства в окремоті;

- аналіз конкретних причин, за якими ті або інші вантажовласники віддають перевагу послугам конкурентів або, навпаки, відмовляються від них.

Проведений аналіз повинен закінчуватися розробкою програм конкретних заходів, спрямованих на приваблення окремих споживачів.

Аналізуючи характеристики будь-якого підприємства, яке є дійсним суперником на ринку або розглядається у ролі потенціального конкурента, слід поділяти їх на об'єктивні та суб'єктивні.

Об'єктивні характеристики обумовлені, насамперед, ринковою та технологічною спеціалізацією підприємства і властиві, у тому чи іншому ступені, усім підприємствам, які відносяться до певної групи.

Об'єктивні характеристики конкуруючих підприємств досить яскраво проявляються при конкуренції перевізників різних видів транспорту.

Суб'єктивні характеристики пов'язані з особливостями розвитку даного конкретного підприємства і носять суцільно індивідуальний характер.

До суб'єктивних характеристик відносяться:

– положення та динаміка діяльності підприємства-конкурента на тих сегментах ринку, де воно пропонує свої послуги (ринкова частка конкурента, тенденції зміни попиту на його послуги, кількість споживачів його послуг, дії конкурента по виходу на нові для нього сегменти ринку);

– послуги, які пропонує конкурент і умови їх реалізації;

– тарифи, за якими конкурент реалізує власні послуги та підхід до призначення і зміни тарифів, якого він притримується;

– технічне оснащення підприємства-конкурента.

9.4. Кооперація підприємств в ринкових умовах

Процесом, супутнім конкуренції, є *кооперація* – взаємозв'язок конкуруючих підприємств в визначених аспектах їх виробничої діяльності. Це протиріччя є закономірним.

Передумовами розвитку кооперації є наступні:

1) обсяги виробничих можливостей кожного окремо взятого транспортного підприємства обмежені. Це особливо характерно для автотранспортного бізнесу з типовим для нього середнім і малим розміром підприємств. Збільшення попиту, що перевищує виробничі можливості у пікові періоди, може потребувати залучень у тій чи іншій формі підприємств-партнерів, оскільки пряма відмова клієнту досить несприятлива для іміджу підприємства;

2) можливості транспортного підприємства обмежені також і за набором надаваних послуг. Це пов'язано зі спеціалізацією підприємств, характерною для розвинутої економіки взагалі;

3) вигідні для багатьох вантажовласників змішанні перевезення неможливі без взаємодії транспортних підприємств різних типів.

Перевізники нерідко концентрують свої зусилля на наданні групи послуг, яка може виявитися недостатньою для задоволення потреб того чи іншого вантажовласника. Співробітництво транспортних підприємств, таким чином, обумовлено виключно

технологічними вимогами. Наприклад, одна компанія може займатися підвозом-розвозом відправок між вантажовласниками та терміналом, інша – виконувати магістральні перевезення між терміналами.

Зазначені передумови роблять співробітництво перевізників на транспортних ринках багатьох країн досить широким.

9.5. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності транспортних підприємств

Неоднозначність існуючих у сучасній економіці методичних підходів до дослідження конкурентоспроможності підприємства визначає і множину методів її оцінки, що використовуються.

Питанням оцінювання та підвищення конкурентоспроможності країни, галузі, послуг й товарів присвятили роботи вчені: Ансофф І., Бідняк М.Н., Мінько Е.В., Павлова В.А., Ліфіц І.М., Шинкаренко В.Г., Абалонін С.М., Фатхутдінов Р.А., Градов А.П., Міронов М.Г., Іванов Ю.Б., Гриньов А.В. та інші.

Конкурентоспроможність може бути визначена тільки зіставленням декількох аналогічних об'єктів і тому являє собою відносний показник.

Принципово усі методи, які застосовуються для визначення та оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства можуть бути з'єднані у наступні дев'ять груп [15]:

1. Методи, які засновані на аналізі порівнювальних переваг.
 2. Методи, які базуються на теорії рівноваги фірми та галузі.
 3. Методи, які базуються на основі теорії ефективної конкуренції.
 4. Методи, основані на теорії якості послуг.
 5. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності.
 6. Інтегральний метод.
 7. Метод, заснований на теорії мультиплікатора.
 8. SWOT – аналіз.
 9. Методи, які засновані на зрівнянні з еталоном.
- Зупинимося на них докладніше.

Оцінка з позиції порівнювальних переваг – сутність метода в тому, що виробництво та реалізація кращі, якщо витрати на виробництво нижчі, ніж у конкурентів. Основним критерієм, який

застосовується у даному методі, є низькі витрати. Перевагою метода є простота оцінки рівня конкурентоспроможності.

Оцінка з позиції теорії рівноваги – в основі метода розглядається стан, при якому кожен фактор виробництва розглядається з однаковою та одночасно найбільшою продуктивністю. При цьому у фірми відсутній додатковий прибуток, обумовлений впливом будь-якого фактора виробництва і у фірми немає стимулів для покращення використання того чи іншого фактору. Основним критерієм є наявність факторів виробництва, що не використовуються у повній мірі. Безсумнівною перевагою даного метода є можливість визначення внутрішніх резервів.

Методи, в основу яких покладено теорію ефективної конкуренції, поділяються на два підходи:

– структурний підхід – полягає в організації крупно масштабного, ефективного виробництва. Основним критерієм конкурентоспроможності є концентрація виробництва та капіталу;

– функціональний підхід – оцінка конкурентоспроможності здійснюється на основі співставлення економічних показників діяльності. В якості критеріїв оцінки конкурентоспроможності використовується співвідношення ціни, витрат та норми прибутку.

Оцінка на основі теорії якості продукції (послуги) – полягає у співставленні ряду параметрів продукції (послуги), які відображають її споживчі властивості. Критерієм конкурентоспроможності виступає якість. Перевагою методу є можливість обліку споживчих переваг при забезпеченні певного рівня конкурентоспроможності.

В [43] пропонується оцінювати рівень конкурентоспроможності (K) наступним чином

$$K = \frac{I_O}{I_A}, \quad (9.1)$$

де I_O – інтегральний показник оцінюваної продукції (послуги);

I_A – інтегральний показник продукції (послуги)-аналога.

Якщо $K > 1$, то послуга, яка оцінюється, перевершує послугу конкурента. Інтегральний показник, в свою чергу, розраховується наступним чином

$$I = \frac{П_E}{З_п + З_E}, \quad (9.2)$$

або

$$I = \frac{U}{C_\Sigma}, \quad (9.3)$$

де $П_E$ – сумарний корисний ефект від надання послуги;

$З_п$ – сумарні витрати на розробку послуги;

$З_E$ – сумарні витрати на надання послуги;

U – комплексний показник якості;

C_Σ – ціна споживання, яка складається із ціни продажу та витрат споживача при експлуатації.

Недоліком методу є те, що він не враховує ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства та ідентифікує конкурентоспроможність товару (послуги) з конкурентоспроможністю підприємства; крім того цей метод застосовується більше для визначення конкурентоспроможності товару, а не послуги.

Значний інтерес представляють розроблені в середині 60-х років ХХ століття матричні методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств. Їх перевагою є те, що вони дозволяють досліджувати розвиток конкуренції в динаміці. Теоретичною основою цих методів є концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ).

Одним з найбільш відомих методів є матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ), розроблена у 60-х роках [35, 43, 45, 46]. Послуги диференціюються на чотири групи: «трудні діти», «зірки», «дійні корови» та «собаки».

Моделі й методи матричного моделювання та оцінки конкурентоспроможності підприємства мають належне застосування у рамках ситуаційного аналізу конкретних позицій та при прийнятті рішень в процесі розробки стратегії розвитку підприємства.

Комплексний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства реалізується за допомогою метода інтегральної оцінки, який є достатньо простим, наочним та дозволяє отримати однозначні оцінки конкурентних пропозицій виробника [35, 44].

Інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства включає два елементи: критерій, який відображає

ступінь задоволення потреб споживача (I_T) та критерій ефективності виробництва (I_E)

$$K = I_T \cdot I_E. \quad (9.4)$$

Перший множник характеризує відносну конкурентоспроможність товару або послуги (по відношенню до аналогічної продукції конкурента) та може бути розрахований виходячи із виразу

$$I_m = \frac{I_{н.п.} \cdot I_{м.п.}}{I_{ц.с.}}, \quad (9.5)$$

де $I_{н.п.}$ – співвідношення групових показників нормативних параметрів конкурентоспроможності товарів (послуг), що порівнюються;

$I_{м.п.}$ – співвідношення групових показників технічних (тобто тих, які відображають споживчу вартість) параметрів конкурентоспроможності товарів (послуг), що порівнюються;

$I_{ц.с.}$ – співвідношення групових показників ціни споживання.

Всі групові показники визначаються на базі одиничних показників з обліком розроблених методом експертних оцінок коефіцієнту вагомості, диференційованого для кожного конкретного виду послуг. При цьому максимальний рівень групового нормативного показника не може перевищувати 1.

У випадку, коли $I_{н.п.} > 1$ та $I_{м.п.} > 1$, а $I_{ц.с.} < 1$, рівень конкурентоспроможності товару, що аналізується, по всім групам параметрів перевищує відповідний показник конкуруючого товару.

У випадку, коли $K=1$ – рівень конкурентоспроможності підприємства, що аналізується, відповідає аналогічному показнику конкурента. Якщо $K < 1$, то досліджуваний виробник менш конкурентоспроможний, а якщо $K > 1$, – більш конкурентоспроможний, ніж підприємство, що розглядається в якості бази порівняння.

Негативною рисою цього методу є те, що інтегральна оцінка не дає можливості глибокого аналізу та виявлення резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Динаміка конкурентоспроможності підприємства, що описує процеси його адаптації до умов зовнішнього середовища, а також

створення, розвитку та утримання конкурентних переваг, не аналізується методами, які були розглянуті вище.

До методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відноситься метод, заснований на теорії мультиплікаторів. Як відмічають вчені [35, 44], механізм мультиплікаторів характеризує ланцюжок послідовної залежності викликаних ефектів та їх стимулів.

За допомогою положень теорії мультиплікаторів можна отримати непряму оцінку конкурентних переваг одного кластеру підприємства над другим відносно якості послуг, які надає підприємство, оскільки якість задоволення вимог споживачів – поняття досить широке, яке являє собою схоронність, гнучкість, своєчасність, оперативність поставок, а також відповідність рівня ціни рівню доходів та ін. Доволі складно оцінити таку множину факторів, в подібних випадках доцільне застосування теорії мультиплікаторів.

Мультиплікатор, який дозволяє розрахувати кумулятивний ефект за період, достатньо великий для рішення стратегічних задач, визначають за формулою

$$K = \frac{n - (n + 1) \cdot r + r^{n+1}}{(1 - r)^2}, \quad (9.6)$$

де n – порядковий номер періоду, в ході якого мав місце той або інший ефект;

r – гранична схильність до споживання, яка визначається відношенням приросту споживання ΔC та приросту доходів ΔR .

Застосування даного мультиплікатору може бути обґрунтовано тим, що первинним результатом вкладу інвестицій є збільшення доходу підприємства, що тягне за собою додаткові витрати. Це і є вторинним ефектом, який викликає приріст доходів та буде виступати в якості інвестицій в подальшому.

SWOT-аналіз – метод, який дозволяє проаналізувати сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища підприємства, потенційну небезпеку зовнішнього середовища та на основі аналізу виявити існуючі можливості для розвитку підприємства.

В теорії та практиці існують методи оцінки конкурентоспроможності, які засновані на порівнянні з еталоном: таксонометричний аналіз та метод радару [3, 35, 44, 46, 47].

Таксонометричний аналіз широко застосовується при проведенні порівняльного аналізу в економіці, він дозволяє розширити можливості проведення різних співставлень та вимірювань багатомірних об'єктів.

В даному підході застосовується метод оцінки конкурентоспроможності підприємств вибраного кластеру на основі співставлення відповідних груп коефіцієнтів, які характеризують фінансово-економічну діяльність досліджуваних об'єктів, з еталонними значеннями обумовлених коефіцієнтів. У результаті розрахунків різномірні, по суті, показники групуються для визначення необхідних ознак, що мають єдине загальне значення та всесторонньо описують об'єкт дослідження.

Сутність методу радару конкурентоспроможності: в якості інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності підприємства пропонується відносна площа радару (K), побудованого всередині оціночного кола за показниками, які порівнюються, що дозволяє виявити їх сильні та слабкі сторони [35, 47]. Конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим більша площа радару, отже, кількісно конкурентоспроможність підприємства наближується до одиниці.

Метод радару має ряд переваг у застосуванні. Так, у радар конкурентоспроможності можна занести будь-яку кількість показників-параметрів, причому з їх збільшенням зростає точність та повнота аналізу конкурентоспроможності підприємства. Також до переваг методу радару можна віднести комплексність при співставленні різномірних показників.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Що таке конкуренція?
2. Які види та форми конкуренції виділяють?
3. Які методи державного регулювання конкуренції?
4. В чому полягає методика аналізу діяльності конкурентів?
5. Що таке кооперація та які передумови її розвитку на ринку транспортних послуг?
6. Наведіть порівняльну характеристику методів оцінки конкурентоспроможності транспортних підприємств.

10. ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ДОСТАВКИ ВАНТАЖІВ

10.1. Система транспортної документації за договором на перевезення вантажу

У договорі перевезення вантажу беруть участь транспортна організація, що здійснює перевезення, і вантажовласник, що здає вантаж для перевезення і який сплачує провізну плату. Як правило, вантажовласник, здаючи вантаж для перевезення транспортній організації, визначає третього учасника транспортного процесу – одержувача вантажу, з яким він пов'язаний зобов'язаннями, і якому вантаж повинен бути виданий у пункті призначення.

Таким чином, *договір на перевезення* – це документ, за яким одна сторона (відправник) передає вантаж іншій стороні (перевізнику), що приймає на себе зобов'язання доставити довірений їй відправником вантаж у пункт призначення за певну плату й видати його правочинній на одержання вантажу особі (одержувачу). У свою чергу, відправник вантажу зобов'язується сплатити за перевезення встановлену плату.

Предметом договору перевезення є переміщення вантажу в просторі. Термін перевезення не є істотною (із правової точки зору) умовою. Сторонами договору на перевезення звичайно вважаються:

- перевізник (як правило, спеціалізована транспортна організація);
- відправник вантажу (власник вантажу, експедитор або інша вповноважена власником особа).

Статус одержувача в договорі на перевезення може бути різним:

- одержувач і відправник вантажу – одна сторона в договорі;
- одержувач вантажу – третя особа, на користь якої укладений договір на перевезення;
- одержувач вантажу – третя особа, на яку спрямовано дія договору на перевезення;
- одержувач вантажу – одна із трьох сторін договору на перевезення.

Вантажоодержувач вступає у відносини з перевізником лише з моменту внесення його в накладну (коносамент).

Обов'язки відправника за договором на перевезення наступні:

- оплатити послуги перевізника;
- надати вантаж до перевезення у відповідний термін.

Основне *право відправника* – це його право переадресувати вантаж іншому одержувачеві в будь-який момент перевезення при умовах, що він понесе пов'язані із цим витрати.

Обов'язки перевізника за договором на перевезення наступні:

- доставити довірений йому вантаж у місце призначення в цілості, схоронності й в обумовлений термін;
- передати вантаж одержувачу.

Основне *право перевізника* – це заставне право на вантаж для гарантії виплати провізних платежів.

Обов'язки одержувача за договором на перевезення наступні:

- прийняти вантаж, причому цей обов'язок є безумовним, крім випадків, коли якість вантажу внаслідок псування або ушкодження змінилося настільки, що виключає можливість його повного або часткового використання (на морському транспорті подібне виключення не передбачене);
- забезпечити розвантаження (в окремих випадках);
- здійснити оплату перевізнику (в окремих випадках).

Укладання договору на перевезення вантажів вимагає наявності певних передумов, оскільки виконання дій, пов'язаних з організацією перевезень вантажів, неможливо без попереднього узгодження з перевізниками й відправниками вантажу (експедиторами).

Це досягається в процесі виконання зобов'язань по перевезенню та виражається в певних правових формах, у результаті чого конкретизуються обсяги перевезень вантажів й уточнюються терміни їхньої доставки.

Однією з таких правових форм є *заявка*, у якій конкретизується завдання й визначаються показники, що забезпечують разове перевезення.

Відправник вантажу (або його експедитор) зобов'язаний подавати заявки до управління залізниць місця відправлення не менш чим за 10 діб до початку перевезень вантажів, а на

перевезення вантажів, що направляються на експорт та у прямому змішаному сполученні, – не менш ніж за 15 діб до початку перевезень вантажу.

Аналогічний порядок установлений на внутрішньому водному транспорті, відмінність полягає тільки в строках подачі декадної заявки – заявка подається за 5 діб до настання декади.

На автомобільному транспорті заявка подається в обумовлені річним договором на перевезення вантажів автомобільним транспортом терміни, але не пізніше, ніж за 14 годин напередодні дня початку перевезень вантажів у міському й приміському сполученні й не пізніше, ніж за 48 годин до початку перевезень у міжміському сполученні. Конкретний перевізник може встановити свої норми й правила щодо подачі заявки.

На морському транспорті відправник вантажу повідомляється про подачу наміченого тоннажу не пізніше ніж за 5 діб до запланованої дати заходу судна в порт навантаження [11].

Відповідно до міжнародної практики договори перевезення укладаються за однією із трьох систем:

- оформлення накладних, що застосовуються практично на всіх видах транспорту й містять всі відомості про вантаж;
- складання актів заміру, що практично не використовуються в міжнародній практиці й звичайно застосовуються на автомобільному транспорті для оформлення нетоварних вантажів;
- оформлення коносаментів, що використовуються для оформлення договору морського перевезення вантажів, за винятком випадків, коли договір морського перевезення оформлюється накладною.

Система міжнародної транспортної документації за договором на перевезення вантажу представлена на рис. 10.1.

10.1.1. Транспортна документація на морському транспорті

Основним документом на морському транспорті є *коносамент*, однак підставою для його складання є ордер на вантаж і штурманська розписка.

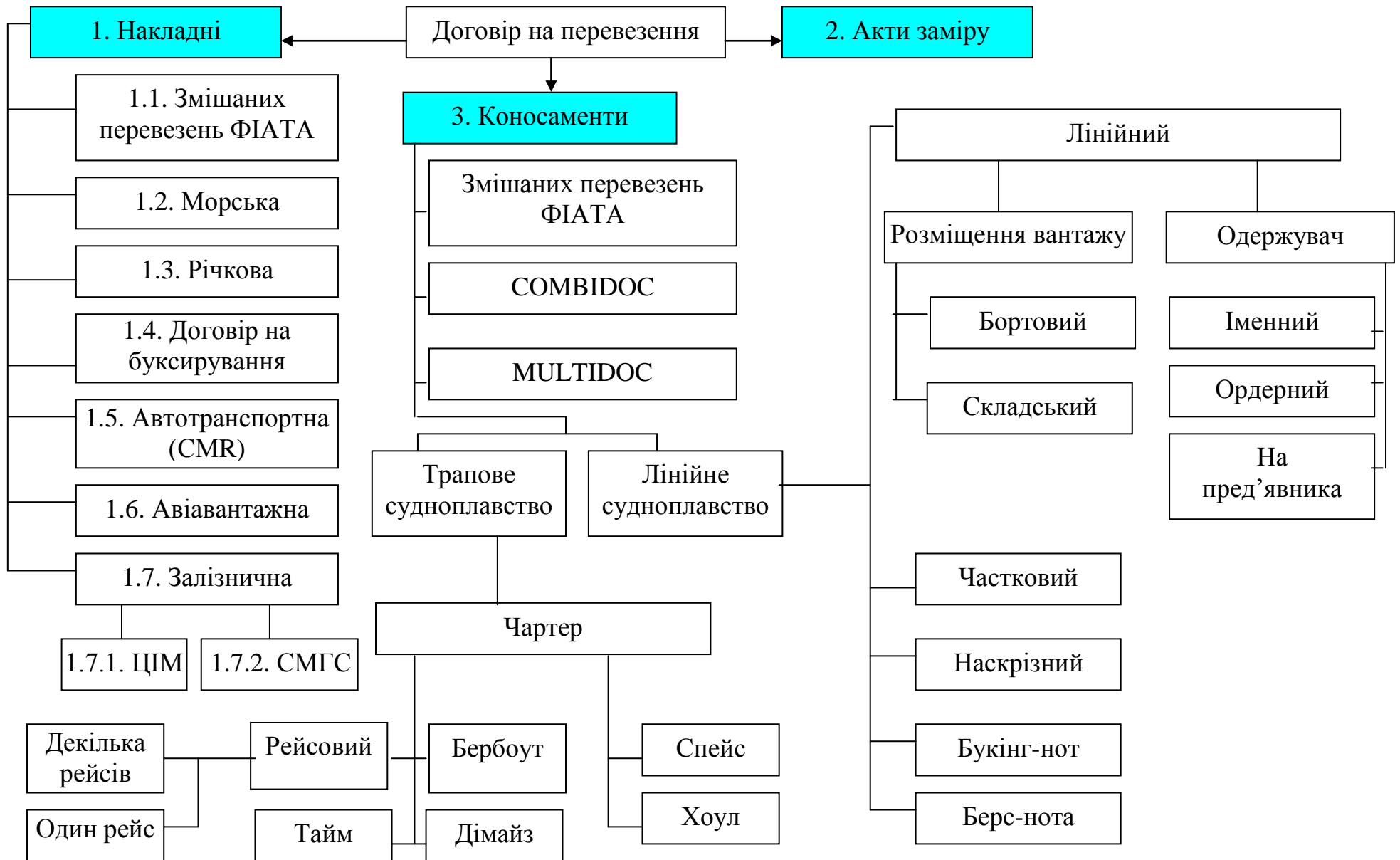


Рис. 10.1. Система транспортної документації за договором на перевезення вантажу

Ордер на вантаж є письмовою пропозицією перевізнику укласти договір на перевезення й натомість одержати від нього письмовий доказ його укладення у формі коносаменту або накладної. Ордер на вантаж повинен містити наступні дані:

- найменування відправника;
- найменування порту розвантаження;
- найменування одержувача;
- найменування й відомості про вантаж і його зовнішній стан;
- інформація про розмір фрахту, що підлягає до оплати вантажоодержувачем.

Штурманська розписка є акцептом ордеру, тобто ордером, підписаним капітаном на підтвердження фактичного приймання вантажу на борт конкретного судна. Штурманська розписка не є товаророзпорядчим документом, і, якщо на ній немає зауважень адміністрації судна по кількості й стану навантаженого вантажу, вона обмінюється відправником вантажу на коносамент або накладну.

Основним документом при лінійному судноплаванні є *лінійний коносамент* (liner bill of lading), що видається перевізником, який приймає вантаж до перевезення, відправнику вантажу й містить дані, які надаються відправником вантажу.

Коносамент одночасно є:

- договором на перевезення між відправником вантажу й морським перевізником;
- розпискою перевізника в прийнятті вантажу на борт судна (у день фактичного навантаження вантажу на коносаменті ставиться штампель з написом «Фактично навантажено на борт (дата)»);
- свідоцтвом права власності на вантаж, що у деяких випадках може купуватися й продаватися, тобто товаророзпорядчим документом.

Зміст коносаменту визначений Гамбурзькою конференцією 1978 р, але його форма може розрізнятися у різних перевізників і на різних лініях.

На лицьовій стороні коносаменту вказують наступні дані:

- найменування перевізника і його місцезнаходження;
- найменування відправника вантажу;

- вид коносаменту;
- найменування вантажоодержувача;
- адреса організації, що може одержати наказ від покупця про одержання вантажу й подальше розпорядження їм;
- назва судна;
- пункт відправлення;
- пункт призначення;
- відомості про вантаж (отримані зі штурманської розписки);
- зовнішній стан вантажу;
- місце оплати фрахту;
- місце виписки коносаменту, дата виписки, кількість оригіналів коносаменту, підпис перевізника або особи, що діє від його імені;
- вказівка (у відповідних випадках), що вантаж повинен або може перевозитися на палубі.

На звороті коносаменту вказують єдині умови для всіх вантажовласників.

Коли перевізник приймає вантаж у своє ведення, він на вимогу відправника вантажу зобов'язаний видати йому коносамент.

Коносамент може оформляти відправник вантажу (експедитор) на бланку перевізника або перевізник на основі інструкцій відправника. Інформація в коносаменті повинна відповідати даним букерування вантажу на судно. Партії вантажу, оформленій по коносаменту, привласнюється індивідуальний буквено–цифровий індекс.

Юридичну чинність має тільки оригінал коносаменту, що виписується в трьох екземплярах: перший залишається у відправника вантажу, другий передається вантажоодержувачеві, а третій залишається у перевізника. Копії коносаменту використовують тільки в технологічних операціях. Наприклад, копія коносаменту може виписуватися капітанові судна для перевірки навантаженого й розвантаженого товару, агентам судна, транспортно–експедиційній організації і іншим причетним до транспортування вантажу суб'єктам [11].

Залежно від того, як приймається вантаж (на борт судна або на склад), виписується *бортовий коносамент* (shipped bill lading) або

складський (доковий) *коносамент* (custody bill of lading). У ряді випадків після навантаження товару на борт складський коносамент заміняють бортовим. У бортовому коносаменті додатково повинне бути зазначене певне судно, на борті якого перебуває вантаж, і дата навантаження цього вантажу.

В залежності від визначення в коносаменті особи, що володіє правом одержати вантаж, розрізняють:

- *іменний коносамент* (straight bill of lading) – містить найменування конкретної особи, що має право одержати вантаж; не є цінним папером, його можна розглядати як інструкції відправника вантажу перевізнику по доставці вантажу;

- *ордерний коносамент* (order bill of lading) – припускає, що вантажовласник (відправник вантажу або вантажоодержувач) може передати свої права на вантаж третій особі, при цьому індосирувавши коносамент, тобто зробивши на звороті передаточний напис і поставивши свій підпис і печатку. Напис «To order!» у графі «Одержувач» перетворює оригінали коносаментів в цінні папери. Коносамент, виписаний за «наказом певної особи», повинен бути індосируваний цією особою до моменту передачі вантажу власникові коносаментів. Подальша передача власності на вантаж по коносаменту повинна супроводжуватися відповідними передаточними написами. Жоден вантаж, що прямує по ордерному коносаменту, не може бути доставлений без пред'явлення оригіналу коносаментів, належним чином індосируваного;

- *пред'явницький коносамент* (barred bill of lading) – є документом, по якому товар передається будь-якій особі – власникові коносаментів.

У випадку, якщо експедитор поєднує кілька партій однорідного вантажу в один і той самий порт призначення для досягнення тим самим економії по оплаті перевезень, використовується *частковий коносамент* (delivery order). Такий коносамент виписується морським перевізником на певну частину вантажу й передається експедиторові, що вказує себе як одержувач вантажу. При цьому експедитор видає клієнтові документ із вказівкою відповідної кількості приналежного йому товару – *відвантажувальний сертифікат* (домашній коносамент), що не є товаророзпорядчим документом.

Якщо перевезення здійснюється на декількох судах або видах транспорту, може використатися *наскрізний коносамент* (through bill lading). Споконвічно цей документ використовувався у випадках, коли перевезення вантажу здійснювалися на декількох судах. У цей час при використанні наскрізного коносамента можливо транспортування вантажу «від дверей до дверей» за участю декількох видів транспорту. При цьому необхідна угода між вантажовласником і перевізником про використання в якості договору на перевезення наскрізного коносамента.

В якості розписки в прийомі вантажу на борт (до перевезення) коносамент може бути «чистим» або «брудним».

Коносамент називається «чистим», якщо в ньому не міститься додаткових застережень та відміток, що вантаж або упаковка завантажені на борт в ушкодженому стані.

У випадку виписки «брудного» коносамента (вантаж або упаковка ушкоджені) всі ризики бере на себе відправник вантажу, оскільки, як правило, одержання повної суми за проданий товар відбувається тільки після пред'явлення банку «чистих» коносаментів,

Під час перевезення значної кількості вантажу для бронювання місця на лінійному судні часто використовують букінг-нот (booking note (letter)) – договір букерування, фрахтова нота. За цим договором перевізник зобов'язується перевезти вантаж на судні, а відправник вантажу – надати вантаж. Договір, оформлений букінг–нотом, може укладатися також експедитором, з одного боку, і лінійним агентом – з іншого. У букінг–ноті містяться наступні відомості:

- найменування сторін;
- назва судна;
- дата й порт навантаження;
- порт розвантаження;
- опис товару (його найменування й кількість);
- ставка фрахту;
- проформа коносамента;
- основні умови перевезення.

Договір у формі букінг-нота забезпечує переваги завдяки гарантіям завантаження судна й відправлення вантажу.

Букінг-нот може оформлятися на певне судно й партію товару або на певний період часу. Невиконання договору, який оформлено букінг-нотом, з боку відправника вантажу надає право перевізнику вимагати з його сплати «мертвого фрахту».

Договір на пред'явлення до перевезення певної кількості вантажу у встановлений період часу оформляється на бланку букінг-ноту зі спеціальними умовами й називається *договором на перевезення вантажу* (carriage contract). Такий договір зобов'язує фрахтувальника пред'явити до перевезення певну кількість вантажу у встановлений період часу, а перевізником нерідко можуть бути передбачені знижені тарифи на перевезення.

Берс-нота (berth-note) – причальна записка – це вид договору, що укладається відносно перевезення неповних, часткових партій вантажів на трампових судах, а також великих партій масових вантажів на лінійних судах (*трампове судноплавство* – це форма організації роботи флоту, коли район плавання судів визначається виходячи з наявності заявок на перевезення чи фактичного вантажу в порту відправлення).

Морська накладна (sea consignment note) – не товаророзпорядчий документ, що підтверджує договір на перевезення вантажу перевізником й у чинність якого перевізник зобов'язується доставити вантаж одержувачу, який позначений в документі. Правові властивості цього документа аналогічні багатьом в чому накладним, що використовуються на інших видах транспорту. На відміну від коносаменту морська накладна не дає можливості передачі прав власності на вантаж під час його транспортування третій особі. Морська накладна не має широкого застосування, оскільки відсутні правові норми міжнародного рівня відносно морської накладної.

У трамповому судноплавстві в якості договору на перевезення виступає *чартер* (charter-party) – договір фрахтування, по якому одна сторона (фрахтівник) зобов'язується надати іншій стороні (фрахтувальникові) за плату всю або частину місткості одного або декількох транспортних засобів на один або кілька рейсів для перевезення вантажів, пасажирів і багажу.

Основна відмінність чартеру від коносаменту – відсутність стандартизованого змісту. Кожен пункт договору визначається в

кожному конкретному випадку окремо. Однак існують деякі форми чартерів, найбільше часто застосовувані в угодах по фрахтуванню:

- «Дженкон» (стандартний універсальний чартер) – для перевезення вантажів, для яких не існує спеціальної форми чартеру;
- «Балтайм» – для оформлення тайм-чартеру;
- уельський вугільний чартер № 2 – для перевезення вугілля та ін.

Стандартні документи переслідують ціль викласти умови морського перевезення таким чином, щоб зберегти рівновагу між інтересами вантажовласника й перевізника, які нерідко суперечать один одному. Такі чартери містять статті, які відображають специфіку географічного напрямку перевезення або характеристики товару.

У чартері вказують наступні дані:

- сторони договору (фрахтівник і фрахтувальник);
- характеристики транспортного засобу (вантажопідйомність, вантажомісткість, прапор судна, його вік і клас);
- характеристика й кількість вантажу;
- пункти навантаження – розвантаження;
- позиція судна;
- сталійний час;
- ставки демереджа;
- ставки диспача;
- ставка фрахту;
- дата чартеру;
- місце укладання договору;
- місце знаходження судна в момент укладання чартеру, передбачувана дата прибуття під навантаження й т.п.

При складанні чартеру роль товаророзпорядчого документа і розписки про прийняття вантажу на борт грає *чартерний коносамент*, що містить у собі наступні статті.

1. Місце й час укладання чартеру.

2. Найменування сторін (фрахтувальника й фрахтівника), із вказівкою їхнього місцезнаходження.

3. Назва й характеристика зафрахтованого судна (прапор, клас, рік будівлі, вантажна характеристика судна й т.п.). Клас судна привласнюється класифікаційним товариством і визначає

розмір страхової премії, що стягують з вантажовласників страхові компанії.

4. Мореплавність судна. Мореплавність пов'язана із забезпеченням технічної придатності судна до плавання з дотриманням вимог спеціальних класифікаційних товариств і має на увазі, що вантажні приміщення судів повинні бути приведені в належний стан і перевізник повинен піклуватися про належне укомплектування судна екіпажем.

5. Найменування й кількість вантажу. У чартері може бути зазначена точна назва вантажу або збірна: будь-які законні вантажі, генеральні вантажі й т.д. При укладанні фрахтової угоди важко визначити точну кількість вантажу, що може прийняти судно, тому в чартері вказують *марджин* (margin), що звичайно встановлюють у процентному співвідношенні (найчастіше $\pm 5\text{...}10\%$) до номінальної кількості вантажу. Якщо фрахтувальник не надав до судна необхідну кількість вантажу, за недовантажену кількість вантажу він зобов'язаний сплатити «мертвий фрахт». У випадку недовантаження судна пред'явленим до перевезення вантажем проти заявленої капітаном кількості фрахтувальник має право вимагати від перевізника відшкодування збитків.

6. Місце навантаження й розвантаження. Поряд із вказівкою портів навантаження й (або) розвантаження в чартері можуть бути визначені причали, доки або якірні стоянки, де судно повинне бути навантажене або розвантажене.

7. Позиція судна. У чартері вказують період часу, протягом якого судно повинне бути подане під навантаження, а саме дві дати: *лей-дейз* (lay days) – дата, що обмежує термін найбільш ранньої подачі судна під навантаження, до якого фрахтувальник не зобов'язаний приймати судно й не несе відповідальності за його простій, і *канцелінг* (canceling) – кінцевий термін, до якого судно повинне прибути в порт відправлення й у всіх відносинах бути готовим до навантаження. Фрахтувальник вправі відмовитися від приймання судна й розірвати чартер, якщо воно не прибуло до дати канцелінг.

8. Інформація про прибуття судна. До такої інформації відносяться попередні повідомлення (нотіси) і повідомлення про готовність судна до вантажних операцій. Попередні повідомлення

направляються капітаном судна на адресу фрахтувальника й містять інформацію про передбачувану дату прибуття судна в порт навантаження. Повідомлення про готовність судна до вантажних операцій подається капітаном після постановки судна до певного місця в порту, передбаченому чартером, підготовці до навантаження всіх вантажних приміщень і проходження судном прикордонних, митних, санітарних й інших формальностей.

9. Розподіл витрат по навантаженню й (або) розвантаженню. Залежно від умов чартеру вартість навантаження й (або) розвантаження вантажів покладається на одного з учасників перевезення або розподіляється між ними в певній пропорції. Практика торгівельного мореплавання виробила ряд стандартних умов, що визначають порядок розподілу вартості вантажних робіт між учасниками договору. Основними з них є:

- гросс-термс (gross terms) – умова фрахтування, за якою всі витрати на оплату навантажувально-розвантажувальних робіт (НРР), включаючи штивку (розрівнювання вантажу) і тальманський рахунок, враховуються у фрахтовій ставці, їх несе судновласник;

- лінійні умови (liner terms) у трамповому судноплаванні – умови фрахтування, за якими перевізник зобов'язаний забезпечити прийом і здачу вантажу (як правило, це відноситься до масових вантажів) на припортовому складі з оплатою їхньої доставки;

- лінійні умови стосовно до лінійного судноплавання – умови фрахтування, за якими навантаження й (або) розвантаження здійснюється відповідно до звичаїв лінійного судноплавання в даному порту;

- FIO (free in and out) – умови фрахтування, за якими судновласник звільняється від витрат по навантаженню й розвантаженню вантажу;

- FIOS (free in and out and stowage) – умови фрахтування, відповідно до яких під час перевезення генеральних вантажів судновласник може бути звільнений від витрат по навантаженню, розвантаженню й укладанню вантажів;

- FIOT (free in and out and trimming) – умови фрахтування, у відповідності з якими під час перевезення навалочних або насипних вантажів судновласник може бути звільнений від витрат з

навантаження, розвантаження й розрівнювання (триммінгу) вантажу;

– LI/FO (liner in/free out) – умови фрахтування, за якими судновласник приймає на себе витрати з навантаження вантажу й звільнений від витрат по розвантаженню;

– FI/LO (free in/liner out) – умови фрахтування, за якими судновласник звільнений від витрат по навантаженню, а приймає на себе витрати по розвантаженню вантажу.

10. Сталійний час – визначається періодом часу або обчислюється через норму виробництва НРР. Умовами, необхідними для початку відліку сталійного часу, є прибуття судна до місця призначення, фактична готовність до вантажних операцій і подача нотису про готовність до цих операцій. Поряд зі строками навантаження й розвантаження чартером визначається порядок розрахунку сталійного часу. Судновласники, як правило, домагаються включення в чартер застереження, що час очікування судном причалу враховується як сталійний.

11. *Демередж, детеншн* (detention) – час понад контрсталійний, при якому судновласник вправі вимагати відшкодування збитків, і диспач. Ставка диспача, як правило, становить половину ставки демереджа.

12. Фрахт і його оплата. Як правило, ставка фрахту встановлюється в чартері за одиницю виміру кількості вантажу, однак може встановлюватися у вигляді загальної суми, заздалегідь обумовленої в чартері. Ставка фрахту, яка встановлюється за один порт навантаження й один порт розвантаження під час перевезення певної кількості вантажу, називається базисною ставкою фрахту. За навантаження або розвантаження вантажу в додаткових портах встановлюються надбавки до базисної ставки фрахту. Крім ставки фрахту в чартері визначають час і місце оплати фрахту, наприклад після прибуття судна в порт призначення, під час підписання коносаментів у порту відправлення, по закінченні вивантаження й після остаточної перевірки маси вантажу. Можливі комбінації зазначених способів оплати фрахту.

13. Льодове застереження. У чартері за допомогою льодового застереження передбачаються умови, що звільняють судно від обов'язку форсувати лід або впливати за криголамом.

14. Застереження про страйк. Існують різні варіанти застережень про страйки, однак найпоширенішим передбачається, що у випадку неможливості навантаження або розвантаження вантажу внаслідок страйку ні відправники вантажу, ні вантажоодержувачі, ні судновласники не можуть пред'являти взаємних претензій.

15. Військове застереження. Таке застереження передбачає дію судновласника у випадку виникнення військового конфлікту.

16. Застереження про загальну аварію. Таке застереження передбачає дію судновласника в результаті виникнення ризику загибелі як судна, так і вантажу. Судновласник буває змушений чимось пожертвувати, щоб уникнути ще більших збитків і створити умови для благополучного продовження рейсу. Сутність урегулювання загальної аварії в тім, що збитки розподіляються між зацікавленими сторонами пропорційно вартості врятованої власності. Документ, що визначає частку участі сторін у загальних збитках, називається *диспашей*.

Розглянуті основні статті чартеру не вичерпують різноманіття його умов, які залежать від різних факторів, у тому числі специфіки вантажу, виду фрахтування, напрямку перевезення й т.п.

Залежно від виду фрахтування трампового тоннажу може оформлятися рейсовий чартер, тайм-чартер, димайз-чартер, брбоут-чартер, спейс-чартер і хоул-чартер.

Рейсовий чартер (trip charter) – договір, відповідно до якого судновласник надає судно під перевезення обумовлених вантажів за певну плату (фрахт), яку інша сторона – фрахтувальник – зобов'язується оплатити. Рейсовий чартер оформляється на один рейс; на круговий рейс (якщо судно використовується в рейсі як у прямому, так і зворотному напрямку); на послідовні рейси (voyage charter), у випадку, коли вантажовласник за договором купівлі-продажу повинен перевезти значну кількість вантажу в одному напрямку.

Тайм-чартер (time charter) – договір, відповідно до якого судновласник надає судно за винагороду (орендну плату, фрахт) фрахтувальникові на певний строк для перевезення вантажів й інших цілей. Основні особливості тайм-чартеру полягають в наступному:

– судно надається на час, зазначений у договорі як у вигляді календарного періоду, так й у вигляді строку, необхідного для здійснення одного або декількох рейсів (звичайно від одного року до декількох років);

– судно повинне перебувати в морехідному стані лише в момент його приймання фрахтувальником в оренду, і протягом дії тайм-чартеру судовласник не зобов'язаний забезпечувати морехідний стан судна;

– фрахтувальник приймає на себе частину експлуатаційних витрат, що виникають при кожному конкретному перевезенні (оплата бункера, витрати по навантаженню й розвантаженню, портові збори, агентська винагорода й т.п.);

– капітан підкоряється розпорядженням фрахтувальника, що стосується питань комерційної експлуатації судна;

– орендна плата пов'язана з періодом часу, протягом якого судно перебуває в розпорядженні фрахтувальника, обчислюється за ставкою, установленною за тонну дедвейту судна й стягується залежно від того, чи здійснюється експлуатація судна чи воно простоє, за винятком часу, протягом якого судно не експлуатувалося фрахтувальником з причин аварії або поломки;

– відсутні умови про сталійний і контрсталійний час, демередже, детеншене й диспаче, оскільки судовласник не несе збитків, пов'язаних з низькими темпами вантажних робіт та зволіканням у виконанні перевезень, а одержує орендну за весь час користування фрахтувальником судна.

Димайз-чартер (demise charter) – договір, згідно якому судно фрахтується на час, фрахтувальник сам наймає капітана й команду, а також несе відповідальність за керування, експлуатацію й плавання судна. Основні особливості димайз-чартеру полягають в наступному:

– судно перебуває в повному розпорядженні фрахтувальника, а капітан судна й інші члені екіпажу стають його службовцями й підкоряються фрахтувальникові;

– фрахтувальник сплачує всі витрати по експлуатації судна, відповідає за загибель або ушкодження судна з вини екіпажа (за винятком форсмажорних обставин);

- судновласник зобов'язаний забезпечити мореплавність судна тільки до моменту прийняття його в оренду фрахтувальником;
- наймана плата звичайно встановлюється за тонну дедвейту судна за одиницю часу.

Бэрбоут-чартер (bare-boat charter) – договір, відповідно до якого судно здається фрахтувальникові в оренду (звичайно на кілька років) за винагороду, без екіпажа, запасів, пального й інших матеріалів, необхідних для виконання рейсів. Фрахтувальник формує судно екіпажем і вправі перевести його під прапор і місце реєстрації країни за своїм вибором.

Спейс-чартер (space charter) – договір, що укладається при фрахтуванні окремих вантажних приміщень декількома фрахтувальниками.

Хоул-чартер (whole charter) – договір, що укладається при наданні фрахтувальником вантажу, загальна маса якого відповідає повному використанню вантажопідйомності судна.

До чартеру можуть додаватися *райдер* (rider) – додаткові умови до типового договору й *аддендум* (addendum) – додаткові нові умови й виправлення, у відношенні яких між сторонами досягнута домовленість після укладання чартеру.

10.1.2. Транспортна документація на внутрішньому водному транспорті

Документація, яка застосовується на внутрішньому водному транспорті, багато в чому аналогічна документам, які використовують при морських перевезеннях. Основною відмінністю є характер організації перевезень по внутрішніх водних шляхах, які в достатній мірі обмежені в порівнянні з океанськими перевезеннями й вимагають введення певного впорядкування перевізного процесу, що, у свою чергу, відображається й на застосовуваній документації.

Перевізними документами на внутрішньому водному транспорті є *накладна*, а при буксируванні – *коносамент* або *договір на буксирування*. Накладна й коносамент складаються по єдиному зразку.

Накладна складається відправником вантажу на основі ордера на вантаж і свідчить про наявність договору перевезення. Оригінал накладної Супроводжує вантаж на всьому шляху прямування та у пункті призначення передається вантажоодержувачу разом з вантажем. Відправнику вантажу в пункті відправлення видається копія накладної й оригінал коносаменту.

Договір на буксирування складається перевізником на підставі заявки, підписаної відправником вантажу, і є підтвердженням про прийняття перевізником до буксирування зазначеного в цьому документі вантажу. Заявка на перевезення вантажів повинна містити бажаний строк подачі суден; рід і кількість вантажу; найменування й адресу відправника й одержувача, адресу агента відправника.

Ордер на вантаж вручається перевізникові не пізніше чим за 24 години до початку навантаження вантажу на судно. Крім того, відправник вантажу повинен мати всі необхідні документи відповідно до портових, митних, санітарних та інших правил. Відповідальність за надану невірну інформацію несе відправник вантажу.

10.1.3. Транспортна документація на повітряному транспорті

Основними документами, які оформлюються при міжнародних вантажних авіаперевезеннях, є авіавантажна накладна й вантажний маніфест.

Авіавантажна накладна (air waybill) – це документ, що засвідчує укладання договору між відправником і перевізником на перевезення вантажів, прийняття товарів до перевезення та містить умови перевезення. Накладна є основним договірним і фінансовим документом і не є ні товаророзпорядчим, ні передаточним документом.

Відправник вантажу (експедитор) повинен заповнити англійською мовою авіавантажну накладну й вручити її перевізнику одночасно з вантажем, що передається йому для перевезення. Відправник вантажу несе всю відповідальність за повноту й правильність зазначених відомостей.

Форма авіавантажної накладної для перевезення вантажів у міжнародному сполученні встановлюється Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (ІАТА).

Відповідно до норм ІАТА в авіавантажній накладній вказуються наступні дані:

- найменування вантажу;
- найменування аеропортів відправлення й прибуття;
- оголошена цінність вантажу;
- сума платежу за перевезення;
- прикладені до накладної документи;
- дата складання накладної і т.п.

Авіавантажна накладна складається в 12 екземплярах ідентичних бланків різних кольорів (три перші оригінали), призначення яких наведено в табл. 10.1.

Таблиця 10.1

Призначення екземплярів авіавантажної накладної

Номер екземпляра	Кольори	Призначення
1	Зелений	Залишається у перевізника, що видав її для цілей розрахунку із клієнтом, і служить документальним свідченням підписання перевізником і відправником вантажу договору на перевезення
2	Рожевий	Супроводжує партію вантажу до пункту призначення й видається вантажоодержувачу разом з вантажем
3	Блакитний	Видається перевізником відправнику вантажу у момент прийняття вантажу до перевезення і є доказом прийняття вантажу перевізником до перевезення, документальним свідченням підписів перевізника й відправника вантажу під договором на перевезення, а також є важливим банківським документом, що свідчить про виконання продавцем своїх обов'язків за договором купівлі–продажу на базисних умовах FCA, CPT або CIP
4	Жовтий	Супроводжує вантаж до пункту призначення, підписується вантажоодержувачем і залишається у останнього перевізника в якості розписки в одержанні вантажу й свідчення про виконання договору перевезення

5	Білий	Супроводжує вантаж до пункту призначення й використовується для митного оформлення вантажу
6	«	Супроводжує вантаж і залишається в третього перевізника при наявності такого
7	«	Супроводжує вантаж і залишається в другого перевізника при наявності такого
8	«	Зберігається в аеропорту відправлення
9	«	Залишається в агента, що оформлював вантаж або виконував інші дії за договором перевезення
10, 11, 12	«	Використовуються перевізником при необхідності

Вантажний маніфест (manifest of cargo) оформляється для кожної авіавантажної накладної й використовується для вказівки відомостей про перевезений вантаж на даному рейсі. Зміст інформації, внесеної у вантажний маніфест, у різних авіакомпаній різний, однак у ньому обов'язково повинні бути зазначені наступні відомості:

- найменування перевізника і його національна приналежність;
- реєстровий номер літака;
- номер і дата рейса;
- пункт відправлення й пункт призначення;
- номер авіавантажної накладної;
- кількість місць, маса й найменування вантажу.

Аеропорт відправлення повинен підготувати таку кількість вантажних маніфестів, що відповідає кількості пунктів розвантаження вантажу, тобто вантажні маніфести заповнюються окремо для кожного пункту розвантаження. Використання інформації вантажних маніфестів дозволяє більш оперативно розвантажувати партії вантажів у проміжних аеропортах.

10.1.4. Транспортна документація на залізничному транспорті

На залізничному транспорті *накладна* (way-bill, bill of freight, railroad bill of lading) і її *копія-дублікат* є транспортними

документами при внутрішніх і міжнародних залізничних вантажних перевезеннях. Залізнична накладна складається на ім'я певного вантажоодержувача й супроводжує вантаж до місця призначення. Перевізник скріплює договір перевезення, ставлячи штампель на накладній і дублікаті, який залишається у відправника вантажу.

За договором перевезення залізниця зобов'язана перевезти вантаж в обговорений термін і в цілості на станцію призначення й видати його вантажоодержувачеві, зазначеному в накладній, а відправник вантажу, у свою чергу, зобов'язаний оплатити залізниці домовлену провізну плату за перевезення вантажу. Вантажоодержувач у договірних відносинах між відправником вантажу й залізницею виступає як третя особа. Вантажовідправникові надається право вимагати видачі вантажу або його переадресування й зобов'язати вантажоодержувача оплатити платежі, що належать залізниці, і одержати вантаж.

До кожної накладної додається товаросупроводжувальна документація: відвантажувальна специфікація, сертифікат якості, пакувальний аркуш і т.п.

У міжнародних залізничних сполученнях в якості договору на перевезення діє *залізнична накладна СІМ* на основі єдиної Конвенції про міжнародні залізничні перевезення (1980 р.).

Накладна СІМ містить наступні основні відомості:

- назва станції призначення й прикордонних станцій;
- найменування вантажу;
- оплата за перевезення;
- оголошена цінність вантажу.

Міжнародні залізничні перевезення на основі Угоди про міжнародне залізничне вантажне сполучення в країнах – учасницях Угоди здійснюються за *накладною УМВС*. При прямованні вантажу з України накладна заповнюється українською і німецькою мовою. При прямованні вантажу в Україну бланки накладної та її дублікату заповнюються мовою країни відправлення з порядковим перекладом на українську мову.

Накладна УМВС супроводжує вантаж до станції призначення і є документальним оформленням договору перевезення між відправником вантажу й адміністрацією залізниці. Прикордонну станцію, на якій вантаж передається в іншу країну, вказує

відправник вантажу. Відправник вантажу пред'являє станції відправлення разом з вантажем по одному заповненому екземпляру накладної й дубліката накладної. Дублікат накладної повертається йому після накладення календарного штампеля, що засвідчує приймання вантажу до відправлення.

До накладної УМВС додаються сертифікати та свідоцтва, а також дозволи на вивіз вантажу й інші документи.

Накладна УМВС складається з п'яти аркушів:

- аркуш № 1 (накладна) супроводжує вантаж до станції призначення й видається вантажоодержувачеві разом з аркушем № 5;

- аркуш № 2 (дорожня відомість) супроводжує вантаж до станції призначення й залишається на залізниці станції призначення;

- аркуш № 3 (дублікат накладної) видається відправнику вантажу після укладання договору перевезення;

- аркуш № 4 (аркуш видачі вантажу) залишається на залізниці станції призначення;

- аркуш № 5 (аркуш повідомлення про прибуття вантажу) видається вантажоодержувачу вантажу разом з аркушем № 1.

На кожен навантажений вагон складають вагонний лист на відповідних бланках за правилами внутрішнього сполучення залізниць країни відправника.

Дорожня відомість є внутрішнім документом залізничного транспорту, що служить для контролю правильності нарахування провізних платежів, для розрахунків залізниць між собою за перевезення вантажу, статистичних цілей і т.п. Дорожня відомість із розпискою в ній вантажоодержувача в одержанні вантажу є документом, який засвідчує, що договір перевезення залізницею виконаний.

10.1.5. Транспортна документація на автомобільному транспорті

При виконанні перевезень в Україні такими документами є подорожній лист і товарно-транспортна накладна (ТТН) під час перевезення вантажів товарного характеру (які мають вартість).

Подорожній лист є основним первинним документом внутрішнього характеру, що визначає разом із ТТН показники для обліку роботи автотранспортних засобів (АТЗ) і водія, нарахування заробітної плати водію й розрахунку за перевезення.

Заповнення подорожнього листа проводиться посадовими особами автотранспортної організації:

- до виїзду АТЗ на лінію (відомості про водія, супроводжуючих осіб, АТЗ, часу початку й закінчення роботи, замовника перевезень, планований пробіг АТЗ і рух пального);

- на лінії (відомості про роботу АТЗ і результати перевірки контролюючими особами);

- після повернення в автотранспортну організацію (відомості про фактично виконану роботу водієм й АТЗ, рух пального).

Товарно-транспортна накладна передається відправником вантажу перевізнику і є основним документом для списання вантажу відправником вантажу й прийому його вантажоодержувачем. Відправник вантажу оформляє окрему ТТН для кожного вантажоодержувача не менш чим у чотирьох екземплярах: перший залишається у відправника вантажу, другий здається вантажоодержувачеві, третій і четвертий надходять до автотранспортної організації. Після виконання розрахунків по виконаних перевезеннях третій екземпляр повертається відправнику вантажу разом з рахунком за перевезення.

Товарно-транспортна накладна складається із двох розділів: товарного (заповнюється відправником вантажу й містить відомості про вантаж й особу, що відпускає вантаж) і транспортного (приводяться відомості про навантажувально-розвантажувальні операції й показники роботи АТЗ).

У випадку невідповідності доставлених товарів по якості або кількості повинен складатися акт, що є юридичним документом для пред'явлення претензій постачальнику. Відомості про складений акт (номер, дата й коротка причина складання акту) записуються у відповідній графі ТТН.

У випадку перевантаження вантажу на шляху проходження на інший ТЗ відомості про організацію, водія й АТЗ закреслюються й записуються нові дані. Виправлення засвідчується підписом

працівника, що керує перевантаженням, і про факт передачі складається акт з проставлянням відповідної відмітки в ТТН.

Міжнародні перевезення вантажів автомобільним транспортом оформляються *товарно–транспортною накладною СМР*, що є доказом умов договору й посвідченням прийняття вантажу перевізником. Форма накладної розроблена Міжнародним союзом автомобільного транспорту, що визначив її обов'язкові й додаткові реквізити.

Накладна СМР являє собою бланк, що складається із дванадцяти сторінок порожніх граф, видрукуваних на самокопіювальному папері. Перші чотири екземпляри (сторінки) накладної пронумеровані й визначені учасникам договору перевезення: перший – вантажовідправнику, другий – вантажоодержувачу, третій – перевізнику, четвертий – для розрахунків. Тільки перші три екземпляри комплекту накладних СМР мають юридичну чинність. Кількість наступних екземплярів, що не мають юридичної чинності, визначається кількістю митних постів, які перетинає вантаж і національними митними процедурами.

У накладній СМР вказують наступні відомості:

- місце й дата її складання;
 - найменування й адреса відправника вантажу;
 - найменування й адреса перевізника;
 - місце й дата прийому вантажу до перевезення й передбачене місце його здачі;
 - найменування й адреса вантажоодержувача;
 - позначення характеру вантажу й спосіб його упакування (у випадку перевезення небезпечних вантажів - їхнє позначення);
 - кількість вантажних місць, їхнє маркування та номери;
 - маса вантажу брутто або виражена в інших одиницях виміру
- кількість вантажу;
- перелік прикладених до накладної документів, до яких відносяться рахунок-фактура, відвантажувальна специфікація, сертифікат якості (якщо вантажі мають промислове походження), ветеринарний сертифікат (якщо вантажі мають тваринне походження), карантинний сертифікат (якщо вантажі мають рослинне походження), сертифікат походження товару, акт навантаження;

– пов'язані з перевезенням витрати (провізна плата, додаткові витрати, мита й збори), інші витрати з моменту укладання договору до здачі вантажу одержувачу;

– вказівки, необхідні для виконання митних й інших формальностей;

– вказівки, що перевезення провадиться незалежно від усякого застереження з дотриманням порядку, установленого умовами договору перевезення (якщо накладна не містить такої вказівки, перевізник відповідає за всі витрати й збитки, які можуть бути заподіяні вантажовласникові внаслідок такого недогляду).

Накладна підписується відправником і перевізником. Однак відсутність, неправильне заповнення або втрата накладної не відображається ні на існуванні, ні на дієвості договору на перевезення; це обумовлено тим, що накладна CMR не є товаророзпорядчим документом, а тільки визначає передачу товару продавцем покупцеві й перехід пов'язаних з перевезеннями ризиків за посередництвом перевізника в пункті відправлення, на кордоні або в пункті призначення вантажу в залежності від базисної умови договору купівлі-продажу.

В момент прийняття вантажу до перевезення перевізник зобов'язаний перевірити точність записів, зроблених у накладній щодо кількості вантажних місць, їхнього маркування й нумерації, а також зовнішній стан вантажу і його упакування.

Відправник вантажу має право вимагати перевірки перевізником маси вантажу або його кількості, вмісту вантажних місць, відшкодувавши перевізникові витрати, пов'язані з перевіркою. Результати такої перевірки заносять у накладну. Поряд із цим відправник вантажу має право оголосити цінність, декларувати вартість вантажу за умови оплати перевізникові надбавки до провізної плати, розмір якої визначається за узгодженням сторін.

Відправник вантажу зобов'язаний вчасно прикласти до накладної необхідні супровідні документи і повідомити перевізнику всі інші відомості, необхідні для виконання митних, санітарних і інших формальностей.

Відправник вантажу, видаючи перевізникові накладну CMR має право розпоряджатися вантажем, наприклад зажадати від

перевізника зміни місця, передбаченого для здачі вантажу, або здачу вантажу не тому одержувачеві, що зазначений у накладній. Однак він втрачає це право, коли другий екземпляр накладної вручений вантажоодержувачеві. Із цього моменту перевізник повинен керуватися вказівками вантажоодержувача.

Вантажоодержувачу також може належати право розпоряджатися вантажем з моменту складання накладної СМР, якщо відправник вантажу зробив у ній відповідну вказівку.

Використання права розпорядження вантажем обумовлюється наступними положеннями:

- відправник вантажу або вантажоодержувач, який бажає використати право, повинен представити перший екземпляр накладної СМР, у яку варто внести нові вказівки перевізникові, і відшкодувати перевізникові витрати й збиток, викликані виконанням цих вказівок;

- вказівки не повинні порушувати хід нормальної роботи перевізника й завдавати шкоди відправникам або одержувачам інших вантажів.

Перевізник, що не виконав вказівки або виконав їх, не зажадавши подання йому першого екземпляра накладної СМР, несе відповідальність перед вантажовласником за нанесений у такий спосіб збиток. Після прибуття на місце призначення вантажоодержувач робить відмітку про прийняття вантажу в третьому екземплярі накладної СМР й одночасно має право вимагати передачі йому другого екземпляра. З видачею вантажу одержувачу в пункті призначення зобов'язання перевізника вважається виконаним.

10.2. Документація при міжнародних комбінованих перевезеннях

Особливістю перевезень вантажів у змішаному сполученні є те, що перевезення здійснюються по єдиному перевізному документу, складеному на весь шлях проходження, хоча в таких перевезеннях беруть участь декілька видів транспорту. Правові відносини, учасниками яких є транспортні організації інших видів транспорту, що беруть участь у перевезенні як контрагенти,

виникають на підставі єдиного договору перевезення, що укладає відправник вантажу із транспортною або експедиційною організацією, яка приймає вантаж до перевезення.

Вперше питання створення уніфікованих норм при міжнародних перевезеннях вантажів у змішаному сполученні розглядалося на Стокгольмській конференції Міжнародної торговельної палати в 1927 році. В Конвенції ООН про міжнародне змішане перевезення вантажів, підписаної в 1980 р., визначені поняття договору й оператора змішаного перевезення, зміст документа змішаного перевезення, порядок його видачі, застереження і його доказова чинність.

Документ змішаного перевезення – товаророзпорядчий документ, що є розпискою в одержанні вантажу й підтверджує наявність договору змішаного перевезення. Відповідно до Конвенції ООН про міжнародні змішані перевезення документ змішаного перевезення повинен містити наступні дані:

- загальний характер вантажу, маркіровочні знаки, маса вантажу брутто і його кількість, тип упакування;
- зовнішній стан вантажу;
- найменування й основне місце діяльності оператора змішаного перевезення;
- найменування відправника вантажу або вантажоодержувача (якщо він названий відправником вантажу);
- місце й дата прийняття оператором вантажу у своє ведення;
- місце й дата доставки вантажу;
- вказівка, що документ є оборотним або необоротним;
- місце й дата видачі документа змішаного перевезення;
- кількість оригіналів документа змішаного перевезення;
- провізні платежі, що підлягають сплаті вантажоодержувачем, і провізні платежі кожного виду транспорту;
- зазначення валют, у яких провадиться сплата провізних платежів;
- маршрут перевезення, використовувані види транспорту й місця перевантаження вантажу;
- умови перевезення;

– умови страхування й будь-які інші дані, про які сторони можуть домовитися й включити в документ, якщо вони не суперечать законам країни, у якій він видається.

Основну роботу з розробки документів, застосовуваних у змішаному перевезенні, проводить Міжнародна федерація експедиторських асоціацій (ФІАТА) – International Federation of Freight Forwarders Associations (FIATA) й Балтійська та міжнародна морська рада (БІМКО) – Baltik and International Maritime Consul (BIMCO). Ними розроблені наступні документи:

– *коносамент змішаного (мультимодального) перевезення ФІАТА* (Negotiable FIATA Multimodal Transport Bill of Lading – FBL), що призначений для використання експедиторами, які виступають в ролі оператора змішаного перевезення. Експедитор, що видає коносамент ФІАТА, є відповідальним і за товари, і за їхню доставку вантажоодержувачу, тобто за виконання перевезення. Таким чином, експедитор бере на себе відповідальність за всіх перевізників і третіх осіб, притягнутих їм для виконання своїх зобов'язань за договором. Дозвіл на застосування коносаменту ФІАТА видається секретаріатом ФІАТА;

– *необоротна накладна змішаного перевезення* (FIATA Way Bill – FWB) документ, розроблений ФІАТА й призначений для використання експедиторами як посвідчення укладання договору змішаного перевезення;

– *COMBIDOC* – документ, розроблений БІМКО; як правило, використовується оператором змішаного перевезення, що експлуатує морські судна (Vessel Operator Multimodal Transport Operator – VO MTO);

– *MULTIDOC* – документ розроблений Конференцією ООН з торгівлі й розвитку (ЮНКТАД), з метою сприяння впровадженню в практику Конвенції ООН про міжнародні змішані перевезення вантажів. Документ містить у собі положення про відповідальність, що містяться в Конвенції.

За своїм змістом документи COMBIDOC та FBL приблизно ідентичні, однак останній більшою мірою відбиває інтереси відправників вантажу. Ордерний й оборотний характер цих документів, схвалення Міжнародною торговельною палатою,

прийняття банками в якості розрахункових документів, визнаний авторитет організацій, що їх розробили, дозволяють застосовувати обидва цих документа в широких масштабах в якості договорів на перевезення вантажів за варіантом «від дверей до дверей».

Коносаменти перевезень вантажів у змішаному сполученні передбачають у своїх умовах можливість їхнього використання й під час перевезення одним видом транспорту.

Крім перерахованих вище документів при здійсненні змішаних перевезень у міжнародному сполученні використовують документи, схвалені національними асоціаціями експедиторів для використання експедиційними організаціями, що в них входять.

Експедиторське доручення ФІАТА (FIATA Forwarding Instructions – FFI) – документ, призначений для того, щоб зафіксувати інструкції, отримані експедитором від свого клієнта. Експедиторське доручення містить умову продажу товару, умову страхового договору, інструкції щодо поводження з вантажем, відомості про вантаж, що підлягає доставці, країну походження товару. Експедиторське доручення розроблене ФІАТА відповідно до правил стандартизації документів на міжнародній основі.

Відправницька декларація на перевезення небезпечних вантажів (Shippers Declaration for the Transport of Dangerous Goods – FIATA SDF) – документ, який заповнює відправник вантажу, підписує й передає експедитору під час перевезення небезпечних вантажів (НВ). У декларації відправник вантажу відзначає, дія якої конвенції ООН та яких міжнародних правил по перевезенню НВ поширюється на переданий експедиторові вантаж. У декларації міститься конкретна інформація про характер вантажу та класифікація НВ відповідно до міжнародних правил їхнього транспортування. Декларація дає можливість експедитору діяти з вантажами в строгій відповідності із вказівками, що містяться в ній, чим полегшує його дії при роботі з НВ.

Експедиторська розписка про приймання вантажу (Forwarders Certificate of Receipt – FIATA FCR) є офіційним підтвердженням прийому строго конкретних товарів експедитором, що відповідає за перевезення й доставку вантажу одержувачу. Експедиторська розписка не є оборотним документом і видається відправнику вантажу експедитором відразу після прийняття вантажу останнім. В

основному експедиторську розписку застосовують при продажу товарів на умові EXW. У цьому випадку вона є доказом виконання продавцем своїх зобов'язань перед покупцем про поставку останньому товарів шляхом подання йому експедиторської розписки. Експедиторська розписка визнана Міжнародною торговельною палатою як платіжний документ, тому при акредитивній формі розрахунків продавець, пред'явивши в банк видану йому експедитором експедиторську розписку, може одержати належні йому платежі за продані товари. Дозвіл на використання експедиторської розписки видається секретаріатом ФІАТА.

Транспортний сертифікат експедитора ФІАТА (Forwarders Certificate of Transport – FIATA FCT) – оборотний документ, що засвідчує прийняття під відповідальність експедитора певної партії вантажу із зобов'язанням її відправлення. Сертифікат виписується експедитором і може бути виданий відправникові вантажу негайно після прийняття експедитором вантажу під свою відповідальність для відправлення. Транспортний сертифікат експедитора також визнаний Міжнародною торговельною палатою як платіжний документ, що дозволяє відправнику вантажу одержати у своєму банку платежі за проданий товар проти надання транспортного сертифіката експедитора. Дозвіл на використання транспортного сертифіката експедитора видається секретаріатом ФІАТА.

Складська розписка експедитора ФІАТА (FIATA Warehouse Receipt – FWR) – уніфікований стандартний документ, призначений для використання при виконанні складських операцій, здійснюваних експедитором. Застосування складської розписки визначається національним законодавством і стандартними умовами торговельних угод. У більшості випадків складську розписку застосовують замість *варранта* (гарантії), оскільки вона поєднує в собі докладні умови відносно власника документа по індосаменту, права власності на товар, а також договору на подання складської розписки як доказу виконання поставки товарів. Складська розписка не може служити товаророзпорядчим документом, якщо в ній прямо не зазначене інше. Дозвіл на використання складської розписки експедитора видається секретаріатом ФІАТА.

Домашній коносамент (house bill of lading/house airway bill) – коносамент на кожен окрему партію вантажу, що видає експедитор

відправникові вантажу у випадку, коли експедитор виступає як перевізник і надає послугу з консолідації, укрупнення вантажів, що перевозяться морським або повітряним шляхом. Умови даного документа не однакові, а визначаються кожною експедиційною організацією окремо. У цей час документ не одержав схвалення з боку Міжнародної торговельної палати.

10.3. Особливості документального оформлення міжнародних перевезень вантажів

10.3.1 Експортні операції

Відправлення вантажу в міжнародному сполученні з України за кордон (експорт) супроводжується підготовкою наступної документації.

Приймальний акт складається прийомоздавачем складу при прийомі експортного вантажу морським портом. Заповнюється приймальний акт вручну в п'ятьох екземплярах, два з яких вручаються експедиторові для обліку руху вантажу й подальшої оперативної роботи, а один екземпляр висилається відправникові вантажу. Підписується приймальний акт експедитором і прийомоздавачем складу.

Комерційний акт (акт загальної форми) складається перевізником у випадку виникнення обставин, які можуть служити підставою для матеріальної відповідальності транспортної організації, відправників вантажу й вантажоодержувачів. Комерційним актом засвідчують обставини, які надалі можуть з'явитися підставою покладання на перевізника відповідальності за несхоронність вантажу й у той же час вимагають докладної й точної фіксації фактів, що відбулися:

- невідповідність між найменуванням, масою або кількістю пред'явленого вантажу й даними, зазначеними в перевізному документі;
- ушкодження й псування вантажу;
- виявлення вантажу без документів або документів без вантажу;
- повернення перевізникові викраденого із ТЗ вантажу.

Комерційний акт укладають у наступних випадках:

- при розвантаженні вантажів у місцях загального користування в день розвантаження;
- при розвантаженні вантажів у місцях незагального користування в день розвантаження, при цьому перевірка вантажів повинна проводитися в процесі їхнього розвантаження й безпосередньо після розвантаження вантажів;
- у шляху проходження вантажів у день виявлення обставин, що підлягають оформленню комерційним актом.

При неможливості скласти комерційний акт у зазначений термін він повинен бути складений протягом наступної доби.

Повідомлення про розвантаження складається внутрішньо-портовим експедитором, підписується (візується) оперативними працівниками порту й направляється відправнику експортного вантажу.

Доручення на навантаження складається експедитором і підписується (візується) оперативними працівниками порту в кількості чотирьох – семи екземплярів залежно від роду вантажу й передається агенту судноплавної лінії, митним органам, ветеринарним і карантинним інспекціям.

Акт навантаження судна складається агентом судновласника вручну в п'ятьох екземплярах і підписується агентом судновласника й капітаном. Два екземпляри залишаються в порту відправлення, один висилається відправнику вантажу, по одному – в агента судновласника й капітана судна. При навантаженні навалочних вантажів виписка цього акту передуює виписці випускного акту, оскільки такі вантажі при надходженні в порт знеособлюються.

Випускний акт є внутрішньопортовою документацією й засвідчує факт видачі вантажу зі складу при навантаженні судна. Випускний акт складається завідувачем складом вручну в шести екземплярах, один із яких видається експедитору, другий використовується в порту для обліку руху вантажів, інші залишаються на складі.

Листи банку готуються експедитором при відвантаженні товару на експорт. У лист банку експедитор відповідно до вказівок, зроблених вантажовласником при виписці акредитива, вкладає всі

документи по даному експортному відправленню (коносаменти, накладні, сертифікати й т.д.). Листи банку складаються в п'ятьох – дев'ятьох екземплярах, у тому числі два здаються в банк, два висилаються вантажовласнику, один залишається в експедитора.

10.3.2 Імпортні операції

Одержання вантажу в міжнародному сполученні із-за кордону (імпорт) супроводжується підготовкою наступної документації.

Генеральний акт складається на прийнятті портом імпортні вантажі агентом судновласника в шести екземплярах, з яких два вручаються експедиторові (один висилається вантажовласнику, а другий зберігається в порту для обліку кількості вантажів, прийнятих портом від судна), один залишається в справах митниці, один вручається судну, один одержує внутрипортовий експедитор й один – склад відповідальний за обробку судна. При прийомі імпортних вантажів, що надійшли на іноземних судах, застосовується акт такої ж форми, але двома мовами: українською й англійською. Генеральний акт підписується агентом судновласника, капітаном судна й представником митниці.

Акт-повідомлення є документом, яким оформляється прибуття імпортного вантажу, що має пошкоджену упаковку, сліди розкрадання, а також у випадку прибуття без документів, і складається агентом судновласника в шести екземплярах. По існуючому положенню цей документ повинен виписуватися по кожному коносаменту окремо. Однак бувають випадки, коли по деяких однорідних вантажах акт-повідомлення складається один на групу коносаментів. Акт-повідомлення підписується агентом судновласника, капітаном судна й представником митниці, а його розсилання аналогічне розсиланню генерального акту.

Акт експертизи складається у випадках, коли кількісна або якісна експертиза проводиться в повному обсязі, з відбором проб у кількостях, передбачених порядком проведення експертизи. Акт експертизи надає право замовникові пред'являти претензію до відправника вантажу або перевізника, складається експертом торгово-промислової палати звичайно в трьох екземплярах, які перевіряються й візуються внутрипортовим експедитором (один

направляється вантажовласникові, один залишається у внутрипортового експедитора й один передається страховій компанії на складання аварійного сертифіката). Невід'ємними частинами акту експертизи є акти відбору проб (зразків) і вкладиші до акту. Їхня кількість, заповнення й розсилання аналогічні акту експертизи.

Повідомлення про відвантаження складається й підписується внутрипортовим експедитором у чотирьох екземплярах (два залишаються в порту й два висилаються вантажовласнику).

Рознарядка на відвантаження з порту масових і генеральних вантажів виписується внутрипортовим експедитором у п'ятьох екземплярах, з яких два екземпляри направляються на склад порту, один залишається в митниці й два залишаються в порту у внутрипортового експедитора.

Експортно-імпортне повідомлення агент судновласника або внутрипортовий експедитор направляє порту про прибуття експортного або імпортного вантажу в даний порт. Повідомлення повинне бути представлене порту заздалегідь, щоб порт підготувався до обробки цих вантажів.

Відомість імпортних вантажів, прийнятих із судна, – документ, який узагальнює результати змінних звітів прийомоздавачів прийнятті із судна протягом всього розвантаження імпортних вантажів. Відомість складається й підписується завідувачем складом порту в трьох екземплярах: перший направляється внутрипортовому експедиторові, другий видається агентові судновласника й служить підставою для складання останнім генерального акту й актів-повідомлень, третій залишається в прийомоздавача. Якщо судно не повністю закінчило вивантаження вантажу на одному причалі або в одному районі й для продовження вивантаження судно переставляється на інший причал або в інший район порту, то на новому місці складається аналогічна документація.

Прийомоздаточний акт – це основний документ, що застосовується портом для оформлення імпортних вантажів, здаваних на місці. Акт виписується внутрипортовим експедитором у п'ятьох екземплярах: один прикладається до повідомлення й висилається експедитором відправникові вантажу, два залишаються у внутрипортового експедитора, один передається в бюро пропусків

порту й один вручається вантажоодержувачу або експедитору вантажоодержувача.

Реєстр повідомлень про відвантажені імпортні вантажі складається на всі повідомлення про відвантаження, отримані протягом доби від порту й розіслані відповідним вантажовласникам. Реєстри складаються щодня оперативними працівниками порту у двох екземплярах: один з усіма прикладеними повідомленнями, залізничними квитанціями й іншими документами висилається відповідному вантажовласникові, а інший залишається в порту.

10.4. Товаросупроводжувальна документація

Крім перевізних документів у систему документації, використовувану при міжнародних транспортних операціях, входять товаросупроводжувальні документи й документи, покликані спростити процедури міжнародного перевезення вантажів. Уніфікацією таких документів займається Міжнародна торговельна палата й Комітет зі спрощенню процедур міжнародної торгівлі (SITRO).

При перевезеннях вантажів використовується наступна основна товаросупроводжувальна документація.

Рахунок-фактура (invoice) – комерційний рахунок за постачальні товари, що складається у всіх випадках при відправленні вантажу. Основне призначення цього документа – указати суму платежу, що належить за товар. Крім того, рахунок-фактура може бути використовувана як накладна на товар. На вимогу митних органів рахунок-фактура виписується на бланках установлені форми й служить одночасно сертифікатом про походження товару.

У рахунку-фактурі містяться наступні відомості:

- імена й адреси сторін, що беруть участь в угоді;
- інформація про договір (номер і дата висновку), на підставі якого відбувається перехід права власності на товар;
- опис вантажу із вказівкою кодів товарів;
- кількість вантажних місць;
- маса вантажу бруто й нетто;
- ціна одиниці вантажу й загальна ціна;
- умови поставки відповідно до «Інкотермс».

У рахунок-фактуру звичайно включаються також деякі вказівки про спосіб доставки вантажу.

Рахунок-фактура оформляється на бланку відправника й не може бути замінена ніяким іншим документом. Вся інформація яка міститься в рахунку-фактурі, повинна збігатися з даними, зазначеними в перевізному документі. Рахунок-фактура складається на кожне відправлення товару незалежно від роду, кількості, найменування й характеру товару. Якщо вантаж перевозиться в контейнерах, рахунок-фактура оформляється на вміст кожного контейнера окремо. На основі рахунку-фактури складаються всі інші документи, необхідні для міжнародної торгівлі. Оформлення рахунку-фактури недостатньо стандартизовано, що обумовлено розходженнями у вимогах митних органів до її оформлення.

Консульські рахунки-фактури (consular invoice) – копії рахунку-фактури мовою країни транзиту або призначення, які звичайно потрібні для експортних вантажів. Потреба в таких документах виникає внаслідок мовних труднощів. Кожна країна може вимагати адекватні копії рахунку-фактури на своїй мові. Країна-імпортер вимагає, щоб рахунки-фактури були санкціоновані в її консульських відділах країни-експортера.

Надання законної чинності рахунку-фактурі сплачується у відсотках від вартості товару по даному рахунку й становить значну частку витрат експортера.

Пакувальний аркуш (packing list) – один з основних товаросупроводжувальних документів, що містить перелік всіх видів і сортів товарів, що перебувають у кожному товарному місці. Пакувальний аркуш звичайно міститься в спеціально пристосованій кишені на упаковці. Пакувальний аркуш містить наступні дані:

- кількість кожного сорту товару (од. в упаковці);
- номер упакування (місця).

Пакувальний аркуш необхідний у випадках, коли одна упаковка містить різні за асортиментом товари, і використовується як доповнення до рахунку-фактури, коли відправляється велика кількість найменувань товарів або коли кількість, маса або вміст кожного індивідуального місця різні.

Пакувальний аркуш і рахунок-фактура мають практично однаковий зміст, але в пакувальному аркуші не вказують ціни.

Відвантажувальна специфікація (shipping specification) – комерційний документ, що містить перелік всіх видів і сортів товарів, що входять у дану партію, із вказівкою для кожного вантажного місця кількості й роду товару. Специфікація звичайно доповнює рахунок на поставку товарів різних сортів і найменувань й є одним з основних товаросупроводжувальних документів, оскільки по цьому документу перевіряється комплектність й якість поставленого товару.

Вантажний маніфест (manifest of cargo) – документ, у якому перераховуються всі товари, що перевезуться на будь-якому транспортному засобі або транспортній одиниці. Вантажний маніфест містить наступні дані про товар:

- номери транспортних документів;
- найменування відправника вантажу й вантажоодержувача;
- маркування, кількість, маса й вид вантажного місця;
- опис і кількість товарів.

Бордеро (bordero) – документ, аналогічний вантажному маніфесту, використовується при автомобільних перевезеннях і містить перелік вантажів, перевезених автопоїздом, з посиланням на прикладені копії накладної CMR.

Сертифікат походження товару (certificate of origin) – документ, необхідний у випадку, коли між країнами укладена угода про пільгове мито. Країною походження товару вважається країна, де товари були повністю зроблені або піддані суттєвій переробці. Як правило, цей документ видається торговельною палатою країни або уповноваженими нею органами.

Сертифікат про якість товару (certificate of quality) видається на кожен партію товару, який відвантажувється за одним перевізним документом. Як правило, цей документ потрібен тільки для продовольчих товарів, косметичної продукції й т.п.

У сертифікаті про якість товару звичайно вказують:

- організацію, що видала сертифікат;
- номер сертифіката;
- дату видачі сертифіката;
- найменування товару;
- постачальника товару;
- одержувача товару;

- характеристику товару і його сорт;
- кількість одиниць товару й вантажних місць;
- дату виготовлення товару;
- відповідність товару певному стандарту.

Фітосанітарний сертифікат (phytosanitary certificate) видається державними органами з карантину або захисту рослин країни-експортера для товарів, які підлягають сертифікації з карантину при ввозі в країну (насіння й живі рослини, вовна, горіхи, борошно, зерно, крупа, тютюн, лікарські рослини й т.п.). Сертифікат повинен додаватися до транспортних документів, що супроводжують вантаж.

Фумігаційний сертифікат (fumigation certificate) застосовується для підтвердження, що перевезені вантажі до відправлення одержувачу пройшли обробку на знищення комах, які можуть перебувати в продуктах харчування (рис, чай, тютюн, горіхи, борошно й т.п.), одягу, що був у вживанні, і подібних товарів.

У фумігаційному сертифікаті, як правило, міститься наступна інформація:

- найменування відправника вантажу й вантажоодержувача;
- порт призначення;
- опис вантажу і його упакування;
- маса вантажу брутто й нетто;
- найменування фуміганта, температура, при якій здійснювалася обробка вантажу, і інші характеристики обробки.

Гігієнічний сертифікат (сертифікати аналізів) (certificate of analysis) потрібний на товари, які можуть завдати шкоди здоров'ю людини. Конкретний перелік таких товарів у різних країнах може бути різним, однак існують певні види товарів, на які такий сертифікат потрібний в обов'язковому порядку. Відповідно до українського законодавства перелік товарів, для здійснення доставки яких необхідний гігієнічний сертифікат і сертифікати різних аналізів (хімічних, мікробіологічних, фізико-хімічних і т.п.), містить у собі наступні товари:

- харчова сировина, продукти харчування, харчові добавки, консерванти, матеріали й вироби з них, що контактують із харчовими продуктами;

– товари для дітей: ігри та іграшки, одяг, у тому числі постільна білизна, книги й навчальні посібники, меблі, коляски, ранці; штучні, полімерні й синтетичні матеріали, речовини для виготовлення товарів дитячих асортиментів;

– матеріали, обладнання, речовини, які застосовуються в практиці господарсько-питного водопостачання;

– парфюмерно-косметичні засоби;

– хімічна й нафтохімічна продукція виробничого призначення, товари побутової хімії, засоби хімізації сільського господарства, у тому числі мінеральні добрива;

– полімерні та синтетичні матеріали, призначені для застосування в будівництві, на транспорті, виготовлення меблів й інших предметів домашнього побуту; хімічні волокна, нитки; текстильні, швейні й трикотажні матеріали, що містять хімічні волокна й текстильні допоміжні речовини; штучні й синтетичні шкіри й текстильні матеріали для взуття;

– продукція машинобудування й приладобудування виробничого й побутового призначення;

– вироби, що контактують зі шкірою людини.

Ветеринарний сертифікат (veterinary certificate) оформляється при імпорті тварин, продуктів і сировини тваринного походження. Ввіз таких товарів провадиться тільки через установлені контрольні ветеринарні пункти й при наявності ветеринарних сертифікатів. У свою чергу, ветеринарний пункт замість пред'явленого сертифіката видає *ветеринарне свідоцтво* на право подальшого проходження вантажу по території країни.

Ветеринарний сертифікат повинен містити наступні дані:

– найменування відправника вантажу й вантажоодержувача;

– вага вантажу й кількість вантажних місць;

– найменування організації, що видала сертифікат;

– опис вантажу;

– умови зберігання й перевезення вантажу.

Під час перевезення небезпечних, негабаритних або велико-вагових вантажів потрібні документи, визначені відповідними угодами й правилами.

Наприклад, одним з основних вимог до вантажного документа під час перевезення небезпечних вантажів є подання в ньому

основної інформації щодо безпеки цих вантажів, включаючи кожен небезпечний речовину, матеріал або виріб, пропонується до перевезення. Документація на небезпечні вантажі, що укладається відправником вантажу, повинна додатково містити свідоцтво або декларацію про те, що запропонований вантаж може бути прийнятий до перевезення, належним чином упакований, маркірований, забезпечений знаками безпеки й перебуває в належному стані для цілей перевезення відповідно до діючих правил. Текст даної декларації повинен підходити для всіх видів транспорту, що робить декларацію, видану для первісного виду транспорту, дійсною для наступних міжнародних мульти-модальних і комбінованих перевезень.

Сертифікат на небезпечні вантажі (certificate of dangerous goods) – це свідоцтво транспортної організації про те, що небезпечний вантаж оголошений правильно. Сертифікат підтверджує, що:

- вміст даного відправлення повністю й правильно описано точним технічним найменуванням;
- вантаж упакований з урахуванням властивостей вантажу таким чином, що є безпечним у звичайних умовах переробки й перевезення;
- вантаж маркірований й упакований відповідно до вимог у відношенні небезпечних вантажів.

10.5 Організація документообігу при різних перевезеннях

Для прикладу розглянемо дві технології документообігу при виконанні торгово-транспортної операції доставки вантажу.

На рис. 10.2 представлена схема документообігу при виконанні торгово-транспортної операції доставки вантажу з порту відправлення в порт призначення.

На рис. 10.3 представлена схема документообігу при виконанні торгово-транспортної операції доставки вантажу «від дверей до дверей».

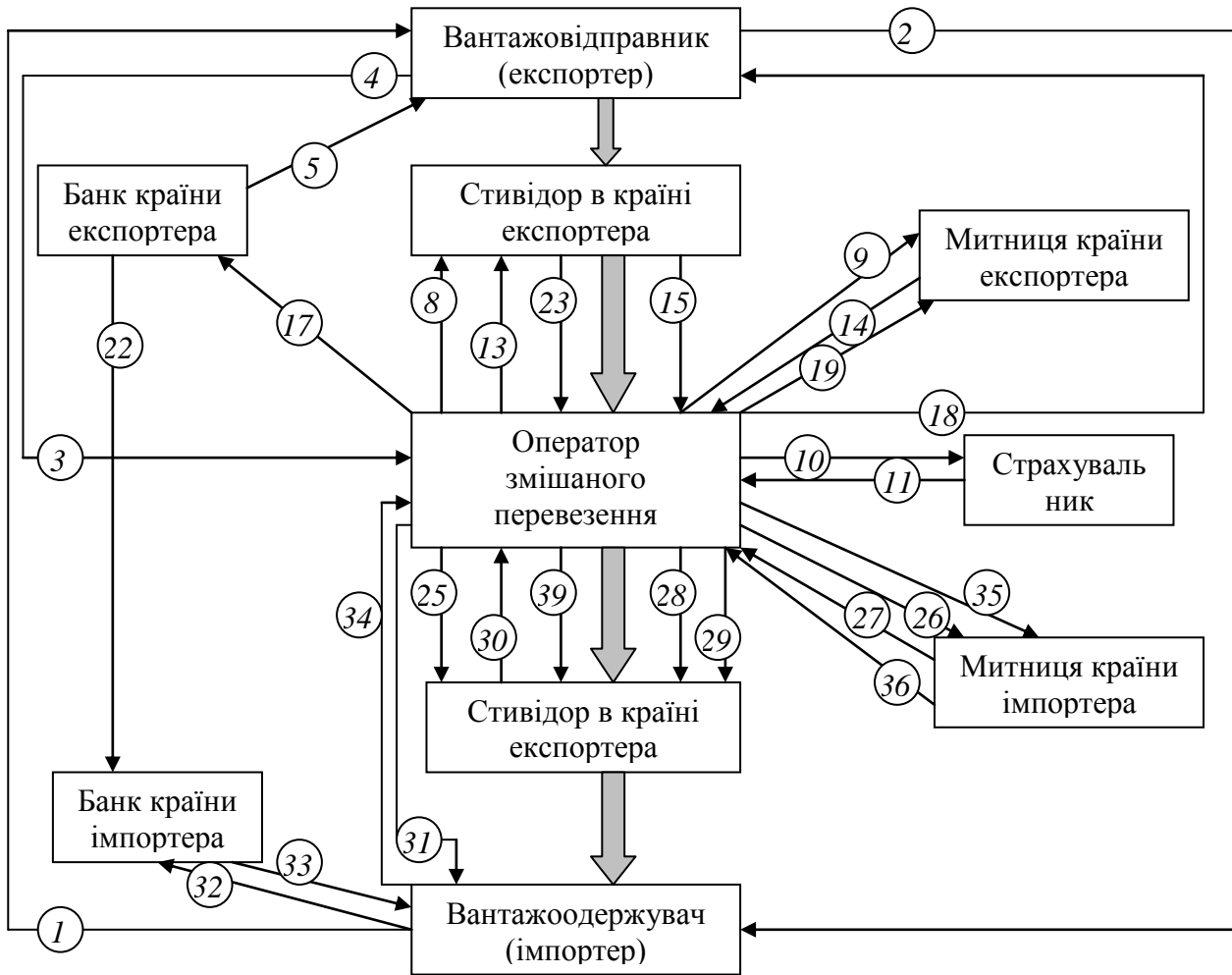


Рис. 10.2 – Схема документооберту при лінійних морських перевезеннях між портами: – рух вантажу, інші значення див. в табл. 10.2

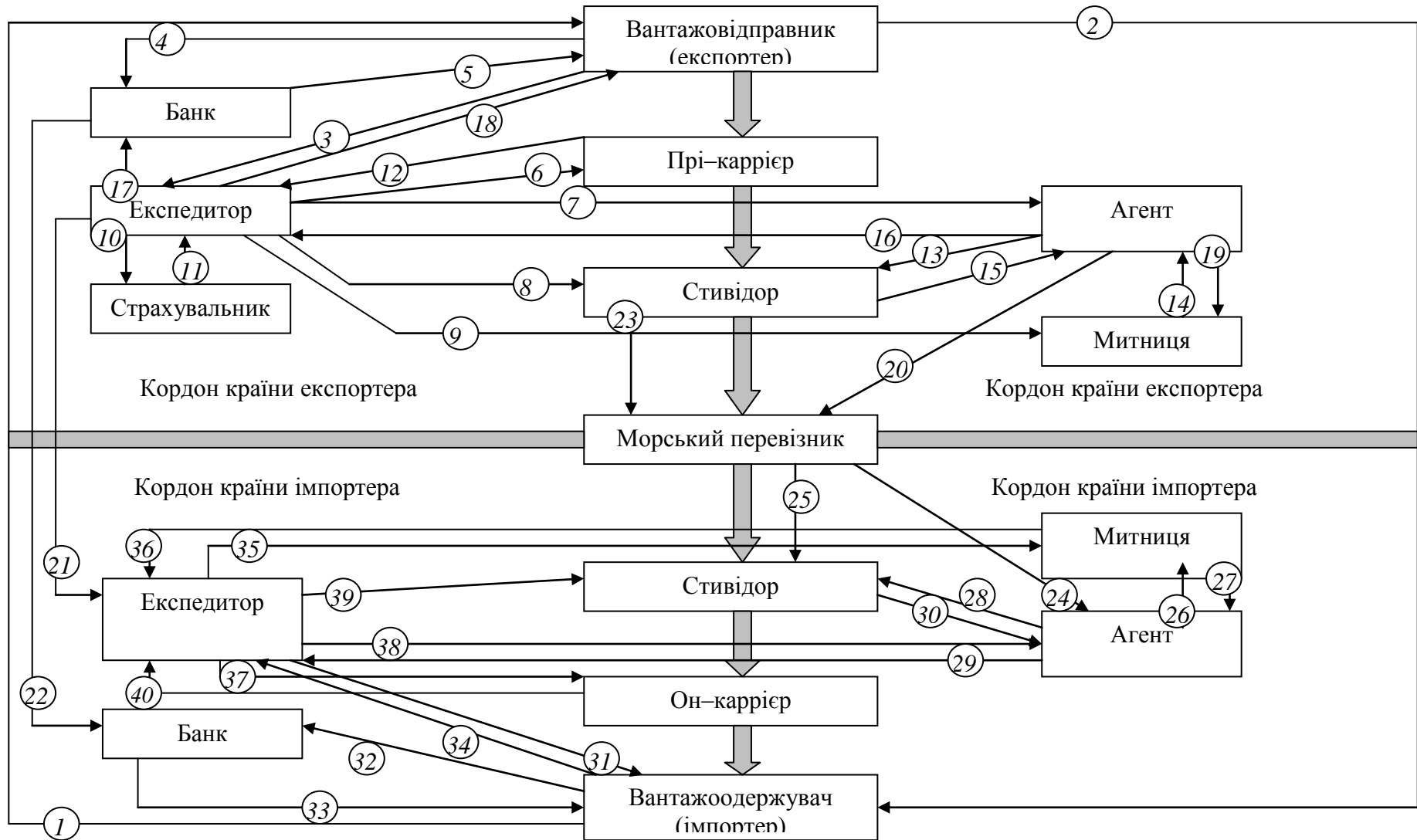


Рис. 10.3 – Схема документооберту при інтермодальних перевезеннях від вантажовідправника до вантажоодержувача (“від дверей до дверей” ← рух вантажу; інші позначення див. табл. 10.2).

Послідовність виконання торгово-транспортної операції доставки вантажу в міжнародному сполученні від відправника вантажу в країні експортера до вантажоодержувача в країні імпортера представлена в табл. 10.2. Номер документа відповідає позначенням на рис. 10.2 та 10.3.

Таблиця 10.2

Послідовність здійснення торговельно-транспортних операцій

Номер позиції за рис. 10.2, 10.3	Документ	Функції сторін – учасників
1	2	3
<i>Країна експортера</i>		
1	Замовлення на поставку	Покупець звертається до продавця за поставкою товару
2	Інформація про доставку (нотіс)	Продавець направляє покупцеві. Покупець стає одержувачем вантажу
3	Інструкція про відправлення	Відправник вантажу направляє експедиторові для організації транспортування до порту вивантаження
4	Інвойс	Відправник вантажу направляє в банк – гарантує оплату транспортування
5	Акредитив	Банк направляє відправнику вантажу – засвідчується оплата транспортування
6	Інструкція із транспортування	Експедитор організує транспортування до порту навантаження
7	Інструкції з морського перевезення	Експедитор направляє агентові лінії для організації перевезення порт–порт
8	Нотіс про прибуття вантажу	Експедитор направляє стивідору в порт навантаження
9	Експортна декларація	Експедитор виконує митні формальності по експортному вантажі
10	Інструкція зі страхування	Експедитор здійснює страхування вантажів на період транспортування

Продовження табл. 10.2

1	2	3
11	Страховий поліс або договір	Страховий агент направляє експедиторів
12	Повідомлення про доставку (нотіс)	Наземний перевізник у країні експорту інформує експедитора про доставку
13	Інструкція про навантаження	Агент лінії організує навантаження вантажу на борт судна
14	Підтвердження експорту	Митниця підтверджує агентів лінії навантаження вантажу на судно
15	Перелік вантажів	Стивідор направляє агентів лінії по закінченні навантаження судна
16	Коносамент	Агент направляє експедиторів
17	Коносамент (оригінал)	Експедитор направляє в банк відправника (експортера)
18	Коносамент	Експедитор направляє відправникові вантажу
19	Вантажний маніфест	Агент направляє митниці
20	Вантажний маніфест	Агент направляє судновласникові
21	Коносамент	Експедитор відправника вантажу направляє експедиторів вантажоодержувача
22	Коносамент (оригінал)	Банк експортера направляє в банк імпортера
23	Вантажний план	Стивідор направляє на судно
<i>Країна імпортера</i>		
24	Вантажний маніфест	Агент лінії одержує вантажний маніфест від судновласника
25	Вантажний план	Перевізник (лінія) направляє стивідору
26	Декларація про вантаж	Агент лінії направляє в митницю
27	Дозвіл на вивантаження	Митниця видає агентів лінії
28	Інструкція на вивантаження	Агент лінії направляє стивідору
29	Ноті про прибуття вантажу в порт	Агент направляє експедиторів
30	Список вивантаженого вантажу	Стивідор направляє агентів лінії
31	Нотіс про прибуття вантажу в порт	Експедитор направляє вантажоодержувачеві

1	2	3
32	Оплата фрахту (інвойс)	Одержувач вантажу переводить у банк
33	Коносамент (оригінал)	Банк направляє вантажоодержувачеві
34	Коносамент (оригінал)	Вантажоодержувач направляє експедиторові для одержання вантажу
35	Імпортна декларація	Експедитор виконує митні формальності
36	Підтвердження імпорту	Експедитор одержує від митних органів
37	Інструкція на транспортування	Експедитор організує транспортування від порту вивантаження до одержувача
38	Коносамент (оригінал)	Експедитор пред'являє агентів лінії для одержання вантажу
39	Нотіс про відвантаження вантажу	Експедитор пред'являє стивідор для відвантаження вантажу
40	Повідомлення про доставку вантажу	Наземний перевізник у країні імпорту направляє експедитору після доставки вантажу одержувачу

Контрольні питання

1. Що являє собою договір на перевезення вантажу?
2. Яка транспортна документація застосовується на морському транспорті?
3. Охарактеризуйте транспортну документацію на повітряному транспорті.
4. Надайте характеристику транспортної документації на залізничному транспорті.
5. Охарактеризуйте транспортну документацію на автомобільному транспорті.
6. Яка оформлюється документація при міжнародних комбінованих перевезеннях?
7. Охарактеризуйте особливості документального оформлення міжнародних перевезень вантажів.
8. Які різновиди товаросупроводжувальної документації виділяють?

11. КОМЕРЦІЙНА РОБОТА ПРИ ПРИЙОМІ, ЗДАЧІ ТА НА ШЛЯХУ ПРЯМУВАННЯ ВАНТАЖУ

11.1. Підготовка вантажу до перевезення

Вантажовідправники зобов'язані підготувати вантаж до транспортування та виконати ряд операцій з вантажем:

- упакування;
- групування вантажу по напрямкам;
- маркування;
- зважування;
- сортування;
- комплектування;
- визначення кількості місць;
- виконання пресування легкового вантажів;
- виконання часткове розбирання окремих машин та деталей для покращення використання вантажності рухомого складу;
- підготувати товарно-транспортні документи (ст. 52 Статуту автомобільного транспорту (САТ) України)

Підготовка вантажу до перевезення повинна забезпечувати:

- схоронність вантажу на всьому протязі перевезення й безпеку автотранспортного засобу та навколишнього середовища;
- максимальне використання вантажопідйомності й (або) вантажомісткості автотранспортного засобу та вантажопідйомних механізмів;
- необхідну міцність упаковки вантажу при штабелюванні й перевантажувальних операціях;
- зручність проведення вантажних операцій, кріплення й розміщення на автомашині та складах.

Відправник вантажу відповідає за наслідки недоліків тари й внутрішньої упаковки вантажів (бій, поломка, деформація, теча й т.п.), а також застосування тари й упаковки, що не відповідає властивостям вантажу, його масі або встановленим стандартам.

Вантажі, що потребують упаковки, повинні пред'являтися в справній тарі, що забезпечує їхнє повне збереження при перевезенні та виконанні навантажувально-розвантажувальних робіт, при

виконанні перевантажувальних операцій з одного виду транспорту на інший.

Передбачені наступні основні види тари:

- барабани;
- фляги;
- каністри;
- балони;
- пляшки;
- мішки;
- решетування;
- ящики.

Розміри та конструкція тари повинні забезпечувати найкраще використання вантажопідйомності та вмісту транспортного засобу.

Вантажовідправник зобов'язаний усунути пошкодження тари, що виявлені при зовнішньому огляді.

Невеликі вантажні місця при здачі до перевезення повинні укрупнюватися шляхом ув'язки чи упаковки у відповідну тару з подальшим формуванням транспортних пакетів з окремих вантажних місць.

При пред'явленні вантажів у тарі або упаковці і штучних вантажів дрібними відправками вантажовідправник зобов'язаний завчасно нанести транспортне маркування на кожне вантажне місце.

При участі у перевезенні автомобільного транспорту готовність вантажів до завантаження означає, що вони повинні бути наявні в пункті завантаження до моменту прибуття автомобілів і розміщені на певній відстані від місця стоянки автомобіля під завантаженням.

Приймання вантажу – подання вантажовідправником підготовленого для відправлення вантажу та товарно-транспортних документів перевізнику з наступним навантаженням на транспортний засіб та оформлення документів про прийняття вантажу перевізником для відправлення.

Здача вантажу – подання вантажоодержувачу вантажу перевізником, згідно з товарно-транспортним документом, з наступним розвантаженням, оформленням документів про його передачу вантажоодержувачу [19].

11.2. Маркування вантажу

Під *транспортним маркуванням* розуміється текст, умовні позначення та малюнки на упаковці, що інформують про одержувача, відправника і способи поводження з упакованою продукцією при її транспортуванні.

Метою маркування є індивідуалізація вантажу, що належить конкретному вантажовідправнику.

Маркування має наноситися на упаковці умовними позначеннями (знаками), вираженими написом, літерами, цифрами чи малюнками (символами) із застосуванням контрастної фарби. Колір фарби повинен різко відрізнятися від кольору тари чи вантажу.

Правила маркування визначає ГОСТ 14192-96, що є між державним стандартом країн СНД [21].

Згідно з ГОСТ 14192-96 «Маркування вантажів» транспортне маркування повинно містити:

1. Основні, додаткові й інформаційні написи.
2. Маніпуляційні знаки (зображення, що вказують на способи поводження з вантажем).

Маркування місць вантажу має бути чітким, ясним і надійним.

При цьому дані, наведені в супровідних документах, повинні повністю відповідати маркуванню. Вантажовідправник зобов'язаний також наносити спеціальне маркування, вказуючи властивості вантажів, спосіб поводження з ними під час вантажно-розвантажувальних робіт, перевезення і зберігання (наприклад, «Не кантувати»).

ГОСТ 14192-96 «Маркування вантажів» встановлює наступні групи написів:

1. Основні:

1.1. Повне або умовне зареєстроване у встановленому порядку найменування вантажоодержувача.

1.2. Найменування пункту призначення. Якщо пунктом призначення є залізнична станція (порт), повинно бути вказано повне найменування станції (порту) і скорочене найменування дороги (пароплавства) призначення.

1.3. Кількість вантажних місць в партії і порядковий номер місця всередині партії вказують дробом: в чисельнику – порядковий номер місця в партії, в знаменнику – кількість місць у партії. Кількість вантажних місць і порядковий номер місця слід вказувати при перевезенні таких вантажів:

- різнорідних або різносортних вантажів у однотипній тарі (наприклад, різні сорти бавовни в стосах);
- однорідних вантажів у різнотиповій тарі;
- однорідних вантажів, коли неприпустимо змішування сортів;
- комплектів обладнання;
- вантажів в одному вагоні дрібними відправками.

2. Додаткові:

2.1. Повне або умовне зареєстроване у встановленому порядку найменування вантажовідправника.

2.2. Найменування пункту відправлення.

2.3. Написи транспортних організацій

3. Інформаційні:

3.1. Маса бруто і нетто вантажного місця в кілограмах. Допускається замість маси нетто вказувати кількість виробів в штуках, а також не наносити масу бруто і нетто або кількість виробів у штуках, якщо вони вказані у маркуванні, що характеризує упаковану продукцію.

3.2. Габаритні розміри вантажного місця в сантиметрах (довжина, ширина і висота або діаметр і висота). Габаритні розміри не вказують, якщо ні один з габаритних розмірів не перевищує 1 м при транспортуванні вантажу на відкритому рухомому складі, 1,2 м – у критому і 0,7 м при транспортуванні повітряним транспортом.

Маніпуляційні знаки – це зображення, які вказують на способи поводження з вантажем. Знаки наносять безпосередньо на тару або упаковку, ярлики або етикетки на кожне вантажне місце в лівому верхньому кутку на двох сусідніх стінках тари і упаковки. Залежно від вантажу, від розміру і форми тари габаритні розміри маніпуляційного знака мають становити 100, 150 або 200 мм.

Попереджувальні написи використовують на маркуванні в тих випадках, коли спосіб поводження з вантажем неможливо виразити

тільки маніпуляційними знаками. Наприклад «За обв'язку не піднімати».

Основні, додаткові, інформаційні написи та маніпуляційні знаки розміщуються:

- на ящиках – на одній з бічних сторін. Для ґратчастих ящиків і ящиків, що мають зовнішні планки, повинна бути забезпечена можливість розміщення маркування (прикріплення планок, закриття присвятив між дощечками та ін.) При транспортуванні у відкритому рухомому складі дрібними відправками вантажів, на які нанесено знак, що має значення «Верх», транспортне маркування (крім найменування вантажовідправника і пункту відправлення) повинно бути нанесене додатково на верхній стороні (кришці) упаковки;

- на бочках і барабанах – на одному з днищ. Допускається наносити маркування на корпусі;

- на мішках – у верхній частині біля шва;

- на тюках – на одній з бічних поверхонь;

- на стосах – на торцевій поверхні. Допускається наносити маркування на бокову поверхню;

- на інших видах тари, на вантажах, не упакованих в транспортну тару, – у найбільш зручних місцях, що добре проглядаються.

Спосіб нанесення маркування повинен забезпечити її збереження протягом всього транспортного процесу. Маркування може бути виконане безпосередньо на тарі (вантаж без упаковки) або на окремій табличці (бирці, ярлику), надійно прикріплених до вантажу. Допускається на не упаковані вироби наносити маркування безпосередньо на виріб.

Транспортне маркування (основні, додаткові та інформаційні написи та маніпуляційні знаки) повинне бути нанесене на кожне вантажне місце. Транспортне маркування може наноситися безпосередньо на тару або на ярлики типографським, літографським, електролітичним способами, фарбуванням по трафарету, штемпелюванням, випалюванням, продавлювання, друкуванням на машинці, маркувальними машинами.

Маркування від руки допускається в особливих випадках. Допускається на ярликах і безпосередньо на тарі чітко і розбірливо наносити найменування вантажоодержувача і пункт призначення,

кількість вантажних місць в партії від руки за умови забезпечення збереження написів до одержувача.

Фарба, що застосовується для маркування, повинна добре утримуватися на будь-якій поверхні, не повинна бути липкою і стиратися, при необхідності фарба повинна бути водостійкою, світлостійкою, солестійкою і стійкою до впливу тропічного клімату, високих і низьких температур [20].

Маркувальні ярлики можуть бути виготовлені з паперу, картону, тканини, фанери, металу, пластмаси.

Маркування на ярлики може наноситися:

- типографським способом;
- друкуванням на комп'ютері або машинці;
- штемпелюванням за трафаретом;
- продавлюванням [20].

Поверхня ярликів повинна бути стійкою до впливу кліматичних умов. Ярлики з паперу та картону прикріплюються до тари клеєм (декстриновим, казеїновим, силікатним та ін.). Ярлики з тканини пришиваються; з фанери, металу, пластмаси – прикріплюються болтами, шурупами, цвяхами, дротом і іншими матеріалами, що забезпечують збереження вантажу і маркування. Прибивання ярликів до фанерних, картонних і паперових ящиків не допускається.

У разі перевезення вантажів транспортними пакетами на кожному з них повинні бути нанесені основні, додаткові й інформаційні написи. При цьому замість порядкового номера місця і кількості вантажних місць в партії наносять:

- у чисельнику – загальна кількість пакетів у партії;
- в знаменнику – кількість вантажних місць у пакеті, в дужках – порядковий номер пакета, наприклад: 3/50.

Основні, додаткові й інформаційні написи (крім маси бруто і нетто) не наносять на окремі вантажні місця, з яких сформований пакет. На пакетах, сформованих з вантажів, що перевозяться без упаковки, необхідність нанесення загальної кількості пакетів в партії, кількості вантажних місць у пакеті і порядкового номера пакету встановлюють у нормативному документі на конкретні види продукції.

Маркування наноситься:

- на ящиках – на одній з бічних сторін;
- на мішках і тюках – на одній із широких боків.

Спеціальне маркування наноситься на двох суміжних сторонах. Спеціальне маркування повинно наноситься у верхньому куті від основного маркування, за винятком знаків: «Крокви тут» і «Центр ваги», які слід наносити в місцях, що ними позначаються [20]. При неможливості нанести маркування повністю на бокових або торцевих сторонах, на малогабаритних ящиках висотою 200 мм і менше допускається маркування на суміжних стінках тари (в тому числі на кришці).

При перевезенні однорідних вантажів на адресу одного вантажоодержувача допускається нанесення маркування не на всіх вантажних місцях, але не менше, ніж на чотирьох. У цих випадках замарковані місця укладаються:

- у фургоні – біля дверей маркуванням наверх;
- на відкритому рухомому складі – у верхньому ярусі навантаження по два місця біля кожного повздовжнього борта кузова маркуванням наверх.

При транспортуванні вантажів на відкритому рухомому складі, а також дрібними відправками, при зберіганні вантажу більше одного року маркування повинно бути нанесене безпосередньо на упаковку (тару), виріб або ярлики, які повинні бути міцно прикріплені і захищені або виготовлені з матеріалів, що забезпечують збереження маркування при транспортуванні і зберіганні. Транспортне маркування наноситься на кожне вантажне місце.

На пакети, сформовані без піддонів або на чотирьохзаходних піддонах, маркування наноситься на сусідні бічну і торцеву поверхні. На пакети, сформовані на двохзаходних піддонах, маркування наноситься на двох захватних сторонах.

При перевезенні таких вантажів, як металеві прутки, труби, громіздкий чи з довгими ручками інструмент і т.д., на адресу декількох вантажоодержувачів допускається нанесення маркувань шляхом забарвлення кінців олійною фарбою, за якою можна легко визначити приналежність їх до однієї партії.

Маніпуляційні знаки повинні бути темного кольору на світлих поверхнях і світлого на темних. Знак «швидкопсувний вантаж» виконується блакитним кольором на світлому фоні, знак «Тропічна упаковка» (№ 13) – червоним кольором. На знаку «Берегти від вологи» (№ 3) символ дощових крапель може не вказуватися.

Якщо спосіб поводження з вантажем неможливо виразити маніпуляційними знаками, то допускається застосовувати попереджувальні написи.

У позначення маніпуляційного знака входять номер (номери) знаків або найменування знака по таблиці 11.1 і позначення ГОСТу. Наприклад: 3 ГОСТ 14192 – «Берегти від вологи» ГОСТ 14192.

Маніпуляційні знаки (попереджувальні написи) наносять на кожне вантажне місце в лівому верхньому кутку на двох сусідніх стінках тари.

Знак «Місце стропування» (№ 9) наносять безпосередньо на тару з двох протилежних сторін. На не упаковані вантажі допускається нанесення цього знаку на ярлики або безпосередньо на вантаж.

Знак «Центр ваги» (№ 12) наносять на сусідні бічну і торцеву поверхні упаковки на місці проекції фактичного центру ваги вантажу і на ці поверхні. На вантажі, що перевозяться на відкритому рухомому складі, даний знак додатково наносять на верхній і нижній сторонах упаковки.

Необхідність нанесення маніпуляційних знаків повинна бути встановлена в стандартах або інших нормативно-технічних документах на продукцію.

ГОСТ 14192-96 встановлює певні вимоги до маркувальних ярликів. Так, площа маркувального ярлика для нанесення основних, додаткових та інформаційних написів повинна бути не менше 60 см² при рекомендованому співвідношенні сторін 2:3 [22].

Рекомендовані розміри ярликів для нанесення маніпуляційних знаків зазначені в таблиці 11.2 (в мм).

Якщо розміри вантажного місця не дозволяють застосовувати розміри ярликів, зазначені в таблиці 11.2, то ГОСТом рекомендується застосовувати ярлики розмірами 37x52 мм, 26x37 мм, при цьому розміри маніпуляційних знаків вибирають довільно за умови дотримання зображення знака. При суміщенні на одному ярлику декількох маніпуляційних знаків або написів транспортного маркування та маніпуляційних знаків допускається збільшувати розміри ярлика.

**Рекомендовані розміри ярликів для нанесення
маніпуляційних знаків**

Номер ярлика	Розміри ярлика	Розмір вантажного місця (вантаж)	
		Довжина чи ширина	Висоти
1	52×74	1000	До 190 вкл.
2	74×105	Більш ніж.1000	Більш ніж 190
3	105×148	1500	-
4	148×210	-	-

На ярликах, виготовлених типографським способом, знак повинен бути на відстані не менше 5 мм від краю ярлика. Рекомендовані висоти шрифту для нанесення маркувальних написів: 3, 6, 8, 10, 15, 30, 50 і 100 мм. Шрифти висотою 3 і 6 мм не допускається застосовувати при нанесенні написів безпосередньо на тару.

Рекомендована висота шрифту для основних написів, а також написів транспортних організацій, що наносяться безпосередньо на тару:

- 30 мм – при довжині або ширині вантажного місця до 0,5 м включно;

- 50 мм – при довжині або ширині вантажного місця понад 0,5 до 1,5 м включно;

- 100 мм – при довжині або ширині вантажного місця понад 1,5 м.

Рекомендована висота шрифту для додаткових і інформаційних написів, що наносяться безпосередньо на тару:

- 10 мм – при довжині або ширині вантажного місця до 0,5 м включно;

- 15 мм – при довжині або ширині вантажного місця понад 0,5 до 1,5 м включно;

- 30 мм – при довжині або ширині вантажного місця понад 1,5 м.

При неможливості розміщення транспортного маркування безпосередньо на упаковці допускається зменшувати висоту написів і розміри знака на 1-2 градації.

Окремі вимоги ГОСТ 14192-96 пред'являються до маркування вантажів, що поставляються на експорт. Так, до складу основних написів повинні включатися такі відомості:

- 1) номер контракту та (або) номер замовлення іноземного покупця;
- 2) номер замовлення-наряду;
- 3) номер вантажного місця – вказується дробом, у чисельнику – порядковий номер місця в партії; в знаменнику – кількість місць у партії;
- 4) повне найменування або умовне позначення іноземного вантажоодержувача;
- 5) найменування пункту призначення;
- 6) країна призначення вантажу;
- 7) товарні знаки і марки вантажовідправника.

При цьому необхідність нанесення вказаних написів передбачається в замовленні-наряді або інших нормативних актах зовнішньоторговельної організації.

Додаткові написи повинні містити:

- 1) найменування експортної організації - повне або умовне;
- 2) пункт відправлення вантажу.

До складу інформаційних написів входять:

- 1) габаритні розміри вантажного місця в сантиметрах;
- 2) маси нетто і брутто в кілограмах;
- 3) об'єм вантажного місця в кубічних метрах;
- 4) написи «Експорт», «Країна-виробник і (або) постачальник».

Не вказують габаритні розміри і об'єм вантажного місця при довжині, ширині або діаметрі до 1 м.

Транспортне маркування наноситься на українській мові та іноземній, зазначеній в замовленні-наряді зовнішньоторговельної організації. При довжині або ширині тари до 1 м допускається маркування наносити на одній зі сторін мовою, зазначеною в замовленні-наряді.

На ящиках або іншій тарі, що має форму паралелепіпеда, маркування наносять на торцеву і бічну стінки. На вантажних місцях, що мають форму циліндра, маркування наносять на підставках. Якщо розміри і конструкція тари не дозволяють

розмістити необхідне маркування на бічній і торцевої стінках, то маркування розташовують на торцевої і бічній стінках і на кришці.

Дані, наведені в супровідних документах, мають повністю відповідати маркуванню.

Відповідальність за відсутність спеціального маркування та її наслідки покладається на замовника.

При перевезенні вантажів навалом, насипом і наливом маркування не провадиться [20].

11.3. Ваги, їхня класифікація та способи визначення маси вантажу

Матеріальні цінності приймаються на складах по кількості і якості, і ця операція є однією з найважливіших на шляху руху від виробника до споживача. Кількісне приймання матеріальних цінностей полягає в перевірці відповідності кількості вантажу, що поступив, даним, вказаним в рахунку постачальника або залізничній накладній, або на пакувальних ярликах і інших документах, а також умовам договору.

Методи кількісного приймання для різних вантажів залежать від їх фізичних властивостей. Найважливішим складським процесом є зважування вантажів на спеціально призначеному для цього устаткуванні різних типів і конструкції – вагах.

Від того, наскільки правильно зроблений вибір типів вагів для того або іншого технологічного етапу руху товару на складі, залежить ефективність обліку товарно-матеріальних цінностей, можливість його механізації, зниження собівартості операцій по вантажопереробці.

Визначення маси вантажу, що перевозиться, є важливим моментом та відповідальною операцією при прийманні та видачі вантажу транспортним підприємством. Правильне визначення й вказівка в товарно-транспортних документах маси вантажу важливо за наступних причин:

– договір перевезення може передбачати оплату за виконану транспортну роботу (кількість перевезених тонн вантажу або виконаних тонно-кілометрів). У цьому випадку від правильного

визначення й фіксації маси вантажу в документах прямо залежать доходи підприємства;

– якщо під час перевезення вантаж частково або повністю втрачається, тобто має місце його несхоронність, то зазначена в документах маса прийнятого до перевезення вантажу є підставою для пред'явлення претензій до перевізника;

– знання маси вантажу в цілому й окремих вантажних місць важливе для завантаження рухомого складу з дотриманням вимог технічних норм (вантажопідйомність транспортного засобу, припустиме навантаження на вісь і т.д.).

Для визначення маси вантажу, як правило, застосовуються ваги. Наведемо їхню класифікацію.

1. За конструкцією:

– пересувні вантажністю від 0,5 до 3 т, які застосовують в критих складах;

– стаціонарні, врізані – важільний механізм розміщено в спеціальному котловані, а платформа розташована на рівні підлоги складу. У критих складах граничне навантаження складає 5 т, вагонні ваги мають вантажність 100-150 т.

2. За типом механізму:

- важільні;
- електронні.

3. За призначенням:

- вагонні;
- автомобільні;
- товарні;
- кранові;
- бункерні;
- конвеєрні.

4. За принципом дії:

- періодичної дії, на яких зважується вантаж окремими порціями (вагонні, товарні, кранові та ін.);
- неперервної дії (конвеєрні).

Автомобільні ваги – це ваговимірювальний засіб, призначений для зважування автотранспортних засобів різного типу.

Автомобільні ваги можуть проводити вимірювання як «повісно», тобто зважуючи кожен вісь транспортного засобу

окремо (CAS RW-P), або ж з можливістю зважування транспортного засобу цілком (САМСОН). Автомобільні ваги першого типу (рис. 11.3) є більш портативними і мобільними: їх можна перевозити з одного місця на інше в кузові звичайного легкового автомобіля. Автомобільні ваги другого типу (рис. 11.4) встановлюються стаціонарно: при їх монтажі використовується бетонна підстава, автомобільні тензодатчики і металева вантажоприймальна конструкція. На їх монтаж, зазвичай йде багато часу і зусиль, зважаючи на різні особливості конструкції таких автомобільних вагів, але надалі замовник отримує довготривалий і надійний засіб вимірювання. Пропонується також програмне забезпечення для автомобільних вагів, яке дає можливість користувачеві вести базу даних з різною інформацією про транспортні засоби, що зважуються.

Автомобілі подаються на ваги зі швидкістю не більше ніж 5 км/год, якщо інше не передбачене паспортними даними вагів.

Зважування автомобільними вагами без зупинки автомобілів (на ходу) забороняється, крім випадків використання спеціально призначених для цього вагів. При установленні автомобілів на ваги треба слідкувати за тим, щоб задня вісь автомобіля знаходилась не ближче 300 мм від краю платформи. Автомобілі зважуються лише при зупиненому двигуні.

При зважуванні автопоїздів необхідно весь автопоїзд ставити на ваги. Якщо розміри платформи не дозволяють установити весь автопоїзд, то автомобіль і причіп зважують окремо, при цьому треба прослідкувати за тим, щоб дишло автопричепа не торкалося землі.

При зважуванні громіздких та довгих вантажів слід наглядати за тим, щоб спадаючі кінці вантажів не торкалися нерухомих частин вагів (станини, колонки тощо) чи обв'язувальної рами.

Маса завжди визначається з якоюсь погрішністю, результат вимірювання залежить від багатьох чинників:

- правильної установки вагів;
- температурних умов;
- фізичного стану оператора та ін.

Запис у транспортних документах про вагу вантажу провадиться з вказівкою способу його визначення (ст.62 САТ України).

При прийнятті вантажу водій повинен проконтролювати як саму процедуру визначення маси вантажу, так і правильність внесення відповідних даних в документи.

Перевезення може здійснюватися за пломбою вантажо-відправника, якщо партія вантажу, що призначена одному вантажоодержувачу, перевозиться в критих автомобілях-фургонах, закритих причепах та напівпричепах, в контейнерах, цистернах і т.п. В цьому випадку водій не приймає участь у визначенні числа вантажних місць та маси вантажу, відправник вказує ці дані в товарно-транспортних документах самостійно. При перевезенні вантажу за пломбою відправника АТП несе відповідальність тільки за збереження пломби.

Спосіб визначення маси вантажу при його здачі одержувачеві залежить від того, яким способом відбувався прийом даного вантажу до перевезення. Отже, способи визначення маси вантажу повинні бути ідентичними і у відправника і в одержувача вантажу.

11.4. Види відправок

Партія вантажу – це:

– товари та інші предмети, що надсилаються на адресу одного одержувача за одним товарно-транспортним документом (накладною, коносаментом тощо), а також товари, що пересилаються за однією поштовою накладною або переміщуються як ручна поклажа однією особою, яка перетинає митний кордон України;

– товари та інші предмети, що надходять на станцію призначення одночасно у складі однієї відправки, на адресу одного вантажоодержувача, від одного вантажовідправника, з однієї станції відправлення;

– товари, що поставляються трубопровідним транспортом або лініями електропередач за одним актом приймання — передачі впродовж терміну, необхідного для переміщення товару обсягом, зазначеним в акті. Визначений термін не може бути більше одного місяця.

На залізничному транспорті виділяють наступні види відправок:

- *повагонна* – партія вантажу, що пред'являється по одній накладній, для перевезення якої потрібне надання окремого вагона;

- *контейнерна* – партія вантажу, що пред'являється по одній накладній, для перевезення якої потрібне надання окремого контейнера;

- *дрібна* – партія вантажу, що пред'являється по одній накладній, обмежена по масі й обсягу (від 0,02 до 5 тонн і обсягом не більше 1/3 місткості вагона), для перевезення якої не потрібне надання окремого вагона або контейнера;

- *групова* – партія вантажу, що пред'являється по одній накладній, для перевезення якої потрібне надання більше одного вагона, але менше маршруту;

- *маршрутна* – партія вантажу, що пред'являється по одній накладній, у кількості, що відповідає ваговій нормі або довжині поїзда, установлені для маршрутів;

- *збірна повагонна* – вантаж різних найменувань і позицій номенклатури, що пред'являється по одній накладній та прямує на адресу одного вантажоодержувача в одному вагоні.

На автомобільному транспорті виділяють два основних види відправок.

Помашинні відправки – партія вантажу, що пред'являється по одній накладній, для перевезення якої потрібне надання окремого транспортного засобу, як правило, універсального. В залежності від вимог щодо захисту вантажу від зовнішнього впливу можуть використовуватись бортові автомобілі, універсальні та спеціалізовані фургони чи контейнери.

Дрібнопартійні відправки – партія вантажу, що пред'являється по одній накладній та не перевищує за вагою 500 кг.

При перевезеннях на водному транспорті виділяють наступні види відправок.

Суднові відправки – партія вантажу, що перевозиться за одним транспортним документом та займає весь обсяг транспортного засобу.

Дрібнопартійні відправки – партія вантажу, що перевозиться за одним транспортним документом та має об'єм менший, ніж 1/20 контейнера або маса якої менша 20т.

11.5. Операції на шляху прямування вантажу

Такі операції мають місце при перевезеннях вантажів залізничним, морським та річковим транспортом.

На шляху прямування на залізничних станціях виконується комплекс комерційних операцій: комерційний огляд поїздів та вагонів, перевантаження вантажів на інший вид транспорту та з вагонів однієї ширини колії в вагони іншої колії, облік передачі вагонів, контейнерів, вантажних відправок та комерційних приладь з залізниці на залізницю, сортування дрібних відправок та контейнерів. Крім того, виконуються операції, що пов'язані з порушенням правил навантаження, кріплення вантажів, умов перевезення та ін.: усунення комерційних несправностей, перевантаження з одного вагона в інший із-за технічних або комерційних несправностей, перевірка вантажу, досилка, переадресування.

Виявлену комерційну несправність вагона оформлюють *актом загальної форми*, один екземпляр якого прикладають до перевізних документів, другий залишають на залізничній станції, третій направляють в комерційну службу залізниці.

Несправність вантажу оформлюють *комерційним актом*, копію якого прикладають до накладної.

При несправності вагону складають *акт про технічний стан вагона*.

В пунктах переходу з залізниці на залізницю здійснюється *передача* завантажених вагонів та перевізних документів, а також *облік переходу* вагонів та контейнерів по натурним листам, копії яких зберігають на станції переходу. Це необхідно для розмежування відповідальності між залізницями за схоронність, своєчасну доставку вантажів та полегшення їх розшуку.

Досилкою вважається частина вантажу, що досилається за призначенням та не відправлена за будь-яких причин в одному вагоні з основною партією вантажу, що перевозиться за одним перевізним документом. Досилки виникають при перевантаженні вантажів з несправних вагонів або з вагонів різної ширини колії. Досилку перевозять за досилочною дорожньою відомістю, в якій роблять відмітку про досилку з зазначенням номера основної

відправки, та видають за пред'явленням накладної на основну відправку.

З оснащенням автопоїздів супутниковим телефонним та факсимільним зв'язком з'явилась можливість контролювати маршрут перевезення та режим руху транспортного засобу.

При авіап перевезеннях вантажів проміжні операції на шляху прямування не виконуються або можуть мати разовий характер.

Взагалі на шляху прямування вантажу виконуються операції з контролю за дотриманням термінів доставки вантажів (період часу, протягом якого перевізник зобов'язаний доставити вантаж за призначенням та за виконання якого він несе відповідальність перед вантажовласником) та слідкування за рухом вагонів, автомобілів та контейнерів.

Комерційними операції на шляху прямування вантажу також є:

- паузка судна або перевалювання вантажу;
- реалізація вантажу у разі загрози його збереженню із-за псування;
- переадресація вантажу.

Паузка – часткове відвантаження з судна з метою зменшення його осідання, необхідність в паузці судів на шляху прямування може виникнути внаслідок зміни умов судноплавства в пунктах стику з різними габаритами. Паузку виконують пароплавства і оформлюють актом навантаження-розвантаження. На обороті накладної роблять відмітку про кількість відвантаженого вантажу, який повинен бути доставлений одержувачеві, вказаному в основній накладній. Перерахунок провізної плати не проводять.

11.6. Переадресування вантажу

На залізничному автомобільному та водному транспорті передбачена можливість переадресування вантажу.

При залізничних перевезеннях *переадресуванням* називається зміна залізничної станції призначення вантажу, прийнятого до перевезення або разом з тим і одержувача вантажу.

Переадресування здійснюється у виключних випадках за заявою відправника, одержувача або експедитора (за дорученням)

згідно ст.44 СЗУ та «Правил переадресування вантажів», до якої додається письмова згода нового одержувача на приймання вантажу.

Переадресування здійснюється за первинними документами (із внесенням відповідних змін) і з оформленням перевезення новими перевізними документами, що обумовлюється в наказі про переадресування. В останньому випадку на подальше перевезення особа, що оформлює переадресування, складає новий перевізний документ, в якому станція, що виконує переадресування, робить про це відмітку з зазначенням первісної накладної.

За час затримки вагонів (контейнерів) до оформлення відправником перевізних документів на переадресування стягується плата за користування вагонами (контейнерами) відповідно до статей 44 та 119 СЗУ.

Повторне переадресування та переадресування вантажів у зворотнім напрямку на залізниці заборонені.

При *автомобільних перевезеннях* правом вантажовідправника є право на переадресування вантажів. Він має використати це право до моменту видачі вантажу одержувачеві. Переадресування провадиться в письмовому виді й повинно містити наступні дані:

- реквізити первісного замовлення та товарно-транспортної накладної;
- адресу первісного призначення;
- найменування первісного вантажоодержувача;
- адресу нового призначення;
- найменування нового одержувача.

При переадресуванні вантажу нова накладна не виписується. А у первинній накладній робиться відмітка про переадресування шляхом закреслювання старих реквізитів і вказівки нових відповідно до розпорядження відомостей про одержувача вантажу.

При *водних перевезеннях переадресацією* називається зміна пункту призначення вантажу або плоту прийнятого до перевезення (буксируванню) і такого, що знаходиться в порту відправлення, на шляху прямування або в порту призначення. Зміна одержувача вантажу (плоту) без зміни пункту призначення, а також переадресація вантажу, вивантаженого в пункті призначення, переадресацією не являється.

Право переадресації має вантажовласник, статут внутрішнього водного транспорту передбачає за переадресацію штраф. Переадресація у зворотному напрямі або повтор не передбачається. Швидкопсувні вантажі можна переадресувати в тому випадку, якщо в новий пункт призначення вони можуть бути доставлені протягом терміну дії сертифікату або посвідчення про якість. Переадресацію суднових відправок, плотів і вантажів-негабаритів проводять з дозволу начальника пароплавства, а дрібних відправок - начальника порту. Про переадресацію відправник або одержувач вантажу подає заяву пароплавству або порту, прикладаючи до нього квитанцію по прийому вантажу до перевезення.

У заяві повинно бути вказано:

1. Найменування і вага вантажу або об'єм плоту.
2. Номер накладної і номер судна або плоту.
3. Відправник вантажу – порт відправлення.
4. Порт первинного призначення і найменування одержувача.
5. Порт нового призначення і найменування нового одержувача.
6. Причини переадресації.
7. Якій організації або посадовцю довіряється провести в порту переадресацію, оформлення транспортних документів і розрахунки по ним за вантаж, що підлягають переадресації.

Порт, що оформляє переадресацію вантажу або плоту, зобов'язаний сповістити про це відправника і порт відправлення, первинного одержувача і порт призначення, а також новий пункт призначення. Про видачу вантажу в новому пункті призначення порт видачі посилає повідомлення в порт відправлення і в первинний пункт призначення. Порт відправлення на основі цього вносить відповідну відмітку до копії звіту відправлення вантажу і в корінці дорожньої відомості, а також посилає повідомлення в управління пароплавства. Комерційна служба пароплавства веде спеціальний облік переадресованих вантажів.

Контрольні питання

1. Які операції виконуються при підготовці вантажу до перевезення?
2. Які види тари передбачені?
3. Що таке транспортне маркування, яка його мета?
4. Що містить транспортне маркування та які способи нанесення маркування передбачені?
5. З якою метою визначається маса вантажу, наведіть способи визначення маси вантажу?
6. Як класифікуються ваги?
7. Як визначається мінімально необхідна кількість вагових приборів?
8. Які характеристики визначають точність зважування?
9. Які види відправок виділяють на різних видах транспорту?
10. Які операції виконують на шляху прямування вантажу?
11. Яким чином виконується переадресування вантажів при залізничних та автомобільних перевезеннях?

12. СВІТОВІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ КОНТЕЙНЕРНИХ ПОТОКІВ

12.1. Аналіз та перспективи розвитку контейнерних перевезень

Необоротна глобальна тенденція, що докорінно змінює методологію керування матеріальними потоками, викликана різким попитом на нову транспортну технологію – «контейнеризацію» [23].

За визначенням *контейнером* називається предмет транспортного устаткування, що має наступні відмітні ознаки:

- постійні розміри та достатня міцність для багаторазового використання в операціях фізичного розподілу; виготовляється з металу;
- конструкція контейнера спеціально пристосована для перевезення вантажів одним чи декількома видами транспорту без проміжного розвантаження;
- постачений спеціальними пристосуваннями для швидкої вантажопереробки та перевантаження з одного виду транспорту на іншій;
- забезпечує легке завантаження та розвантаження продукції;
- має внутрішній обсяг не менше 1 м³.

Стандартизація вантажомісткості універсальних контейнерів, регламентована ISO, призвела до появи нової обліково-договірної одиниці (ОДО) продукції (тари) та викликала справжню революцію в логістиці.

Для використання в змішаних, інтермодальних і комбінованих перевезеннях застосовуються стандартні 20 і 40-футові контейнери, розміри яких регламентовані ISO. Зокрема, для контейнерних перевезень і обліку контейнерів прийнята так названа облікова одиниця – ДФЕ – двадцятифутовий еквівалент (twenty-foot equivalent unit -TEU), за який узятий інтермодальний контейнер ISO розмірами 20×8×8 футів (6058×2438×2438 мм) типу 1СС.

Ці одиниці є угодою по обміну між партнерами – ланками логістичного ланцюга усередині дистрибутивного каналу продукції. Як тільки така одиниця визначена, вона буде мати постачальницько-збутові характеристики, досить довго закріплені, щоб полегшити повторні логістичні операції фізичного розподілу.

При організації контейнерних перевезень і вантажопереробки на контейнерних терміналах у ДФЕ розраховуються показники їхнього вантажообігу, вантажомісткості транспортних засобів (суден) і т.п. У статистиці перевезень вантажів контейнер ISO типу 1А приймається за 2 ДФЕ, 1D – за 0,5 ДФЕ і т.д. У ДФЕ може також плануватися робота агента, що здійснює букировку (квота місткості транспортного засобу, дохідна ставка в розрахунку на ДФЕ).

Перевагами контейнерних перевезень є:

- прискорення обігу транспортних засобів;
- підвищення схоронності вантажу;
- зменшення логістичних витрат;
- прискорення вантажно-розвантажувальних робіт і передачі вантажу одержувачам;
- економія тари та упакування;
- постачання нетранзитних партій продукції безпосередньо від підприємств-виробників, минаючи склади торгових посередників.

В Україні задіяна та працює система автоматичного спостереження за проходженням контейнерів.

З метою поліпшення якості послуг під час здійснення перевезень вантажів проводиться певна робота з організації комбінованих перевезень.

Функціонують швидкісні контейнерні поїзди за маршрутами Будапешт-Москва, Одеса-Москва, Миколаїв–Москва і далі в напрямку Транссибірської магістралі, а також Миколаїв-Середня Азія. За перше півріччя 2002 року в 23 поїздах перевезено 720 контейнерів у 20-ти футовому еквіваленті.

З метою збільшення обсягів перевезень вантажів у контейнерах установлені конкурентні тарифи, розроблені графіки руху поїздів. Вантажі в контейнерних поїздах залізницями України доставляються за 38-42 години (з урахуванням виконання митних процедур на російсько-українському кордоні), замість 6-8 діб під час перевезення їх поодинокими партіями.

З березня 2002 року організовані контейнерні перевезення з порту Маріуполь.

Вирішено ряд питань, пов'язаних з організацією контейнерного поїзда в напрямку міжнародного транспортного коридору Чорне море – Балтійське море. Були погоджені тарифні ставки на

перевезення великотоннажних контейнерів залізницями України, Білорусі та Латвії й ставки на переробку контейнерів у порту Клайпеда. Представниками цих залізниць підписаний проект Угоди про організаційні й експлуатаційні аспекти комбінованих перевезень і погоджений графік руху контейнерного поїзда за маршрутом Одеса – Клайпеда – Одеса.

З метою збільшення обсягів перевезень вантажів у складі контейнерного поїзду за маршрутом Одеса – Гданськ – Одеса Укрзалізницею були переглянуті тарифні умови та встановлений винятковий тариф на перевезення контейнерів залізницями України.

Використання контейнерів і знімних кузовів при інтер-модальних перевезеннях небезпечних вантажів дозволяє звести до мінімуму ризику забруднення навколишнього середовища, істотно скоротити транспортні та складські витрати, зменшити простой рухомого складу під вантажними операціями. Крім цього, використання контейнерів як тимчасових сховищ небезпечних вантажів дозволяє відмовитися від спорудження дорогих стаціонарних ємностей і складів у пунктах перевалки.

Планується використання спеціалізованих контейнерів, у першу чергу, танк-контейнерів і рефконтейнерів.

Виробництво танк-контейнерів за кордоном постійно зростає з темпом 1,5-2 тис. од. на рік. Основні виробники танк-контейнерів – підприємства Іспанії, Франції, Німеччини. Класифікація великотоннажних танк-контейнерів прийнята ІМО.

Для перевезень рідкої продукції набуває поширення система «SWAP body» – обмінні місткості (по типу знімних кузовів-контейнерів для тарно-штучних вантажів). Їх використовують як при прямих автомобільних перевезеннях, так і в змішаних сполученнях автомобільним і залізничним транспортом.

У Росії та інших країнах СНД є ряд підприємств з виробництва танк-контейнерів. На підприємстві «Азовмаш» (м. Маріуполь, Україна) розроблені танк-контейнери майже для всіх класів небезпеки, що відповідають рекомендаціям експертів ООН/ИМО.

За оцінками експертів, до 2010 року очікується більш ніж дворазове в порівнянні з 1999 роком збільшення обсягу (до 500 млн. TEU у рік) морських контейнерних перевезень. Морський контейнерний порт Гонконгу в 1999 р. вийшов на перше місце у світі з

обсягу вантажних операцій з контейнерами. За рік тут перероблено 16,1 млн. великотоннажних контейнерів, що на 1,5 млн. перевищило результати 1998 р. На другому місці виявився контейнерний порт Сінгапур (15,9 млн. од.), а на третьому – порт Каошин, хоча його контейнеропотік удвічі нижче (7 млн. од.), ніж у портів Гонконг чи Сінгапур.

У тридцятці самих продуктивних контейнерних портів світу найбільші європейські порти Роттердам, Гамбург і Бременханфен займають відповідно 5, 9 і 19-і місця. Їх контейнеропотоки в 2006 році склали 6,4; 3,75; 2,18 млн. од.

Китай має намір перетворити Шанхай у могутній міжнародний транспортний центр, побудувавши в ньому новий глибоководний контейнерний порт. Перший етап проекту, включаючи будівництво п'яти 15-метрових причалів, повинен завершитися до 2005 року. Новий порт зможе приймати суди з 5...6 тис. 20 футових контейнерами. Вантажообіг порту, за прогнозами складе у 2008 р. – 9,5 млн. TEU, у 2020 р. – 13 млн. TEU.

Адміністрація єгипетського Порт-Саїда має намір збільшити обсяг переробки контейнерів у порту з нинішніх 420 тис. TEU до 800 тис. TEU у рік. В даний час у порту йдуть роботи з модернізації устаткування, будівництво нових пірсів, складських приміщень на загальну суму 6 млн. дол.

Не випадково, що останнім часом щорічно вводяться в експлуатацію близько 280 судів-контейнеровозів із загальною вантажопідйомністю близько 550 тис. TEU, причому в структурі поповнення превалюють великотоннажні суди. У період з 1995 по 1998 рік спущені на воду 60 судів класу “пост-панамакс” місткістю від 4,7 до 7 тис. TEU. Суднобудівники розглядають перспективи будівництва суперконтейнеровозів місткістю 13 тис. контейнерів. Передбачається, що довжина такого судна досягне 400 метрів, ширина – 69 метрів, глибина осадки – 14 метрів. Для більшої наочності можна сказати, що такий гігант не пройде через Суецький канал (його межа по ширині – 64 метра). Зрозуміло, що відвідування подібними судами українських портів не передбачається, вони будуть працювати на океанічних лініях між континентами. Однак не треба забувати, що ми теж зобов'язані взяти участь у поділі майбутнього величезного «контейнерного пирога».

Контейнеризація вантажопотоків ставить уже сьогодні серйозні задачі перед вітчизняними портами та вимагає значних витрат на днопоглиблювальні роботи, модернізацію гідротехнічних споруджень, установку необхідного перевантажувального устаткування. Певні роботи в цьому напрямку ведуться в портах Іллічівському, Південному, Одеському, Маріупольському. У порту Іллічевська та Одеси є спеціалізовані контейнерні термінали. Порт Ізмаїл має 3 райони, з них II район для великотоннажних контейнерів. Через порт Феодосія проходить 130-150 тис. т сухих вантажів у контейнерах.

Аналіз розвитку контейнерних перевезень показує, що найбільші судноплавні компанії світу прагнуть укрупнити вантажопотоки між базовими портами, від яких надалі через логістичні розподільні центри відходить мережа розподільних ліній. Така схема дає можливість використовувати суди більшого дедвейту, гарантує їхнє повне завантаження й істотно знижує транспортні витрати. Але для того щоб стати базовим для заходу й обробки сучасних суперконтейнеровозів, порт повинний мати глибоководні причали, відповідні підхідні канали й особливу перевантажувальну техніку. В Україні тільки три порти (Одеський, Південний, Іллічівський) мають у своєму розпорядженні причали з глибиною 12 і більш метрів. Найбільш глибоководні причали в Південному, з іншої сторони Іллічевськ споконвічно призначений для перевалки генеральних і контейнерних вантажів. У радянські часи за рік тут оброблялося до 130 тис. контейнерів, з них власне українських усього чверть від цієї кількості. Новий термінал в Іллічевську після завершення його будівництва дозволить перевантажувати 350 тис. TEU у рік. На території порту знаходиться найбільша в колишньому СРСР база з ремонту контейнерів, є і завод з їхнього випуску (потужність 5-6 тис. штук у рік).

Таким чином, на порядок денний ставиться питання про створення вітчизняного базового порту з перевалки TEU, від якого контейнерні потоки розходилися б по логістичним ланцюжках до одержувачів. Не обов'язково ним повинний бути Іллічевськ чи Південний, важливо прорахувати на основі логістичних методів саму доцільність перебування подібного порту на території

України, як логістичного розподільного центру, щоб наша держава не залишилася на узбіччі магістральних контейнеропотоків [38].

Безумовно, у розрахунках варто врахувати, що такому логістичному центру буде потрібно унікальне і дуже дороге перевантажувальне устаткування. Для ефективного функціонування всієї транспортної лінії годинна інтенсивність обробки великих судів-контейнеровозів повинна наближатися до 175 циклів. Одиначна годинна продуктивність причальних перевантажувачів (ПП) нинішнього покоління в середньому складає 40...50 циклів, що, звичайно, не можна назвати задовільним з позицій завтрашнього дня. Тому в ряді розвинених країн йдуть розробки «надшвидкісних» ПП. У деяких портах Європи і США уже введені в експлуатацію причальні перевантажувачі з двома вантажними візками. Одна з них, «морська» переміщає контейнер з осередків трюму судна на спеціальну платформу на морській опорі ПП, друга, «тилова» передає його на причал. Поділ робочого циклу скорочує його тривалість і підвищує продуктивність до 60 контейнерів у годину. Відома фірма «Расесо» розробила концепцію ПП із трьома візками на пролітній будівлі з продуктивністю 85 циклів у годину.

У країнах ЄС прийнято кілька програм, спрямованих на створення міжнаціональних логістичних центрів фізичного розподілу на основі використання контейнерів у інтермодальних перевезеннях. Одна з таких програм, прийнята в 1992 році, називається «Collomodul» і в її реалізації беруть участь Німеччина, Голландія і Франція. Для реалізації принципів логістики в міжнародних перевезеннях і економічних торгових зв'язках у ЄС створюються міжнаціональні комунікаційні інформаційно-комп'ютерні системи, розроблені в рамках проектів Гермес, Доцимел, TEDIM, UNCTAD, TACIS та інші.

Явно просліджується тенденція до збільшення геометричних параметрів ПП. Наприклад, донедавна найбільшим перевантажувачем з ефективним вильотом 54 метра консолі вважався встановлений в Окленді (США). Він забезпечував обробку судів з палубним штабелем у 22 TEU. Однак, за відомостями закордонних джерел, порт Салалах (Оман) замовив ПП з ефективним вильотом 55,6 метра. Також відомо, що кранобудівельна фірма «Nelcon» (Нідерланди) одержала замовлення на будівництво ПП з

ефективним вильотом 51 метр для термінала ЕСТ у Роттердамі. Цей перевантажувач відрізняється висотою підйому спредера (40 метрів), що уможливить семиярусне укладання контейнерів висотою в 9,5 футів.

Причальні перевантажувачі нового типу являють собою не просто укрупнені варіанти існуючих ПП. Їхнє будівництво вимагає високоякісних матеріалів, неординарних технологічних рішень, більш досконаліх і заснованих на широкому застосуванні ЕОМ розрахункових методів. Такі перевантажувачі обладнуються новітніми видами електропривода, більш надійними системами технічної діагностики і безпеки. Однак в Україні через фінансові складності в останні роки практично припинені концептуальні розробки в галузі розвитку спеціалізованих портових комплексів, у тому числі і контейнерних. У той же час вітчизняні науково-дослідні інститути мають унікальний досвід у проектуванні нових портів і терміналів, оптимізації параметрів і рівня автоматизації перевантажувальних машин, їхнього технологічного використання. Шкода однак, що цей науковий потенціал на порозі прийдешньої контейнеризації залишається поки незатребуваним.

Аналіз розвитку портів показує, що провідні порти вже перетворилися з пунктів елементарної перевалки вантажів з морського на інші види транспорту в стратегічні вузли системи зовнішньої торгівлі, логістичні центри економічного розвитку відповідних регіонів. Вітчизняні порти через фінансові проблеми, викликані загальним станом економіки, відсутності державної транспортної політики трохи затрималися у своєму розвитку і ще не стали портами третього покоління. У той же час, якщо в 1996 році всі разом узяті морські порти України переробляли не більше 38 млн. т, то в 1999 році – понад 80 млн.т. Рентабельність експлуатаційної діяльності склала майже 40 %. І найвітніше полягає в тому, що порти не прагнуть “проїдати” прибуток. За перше півріччя 1999 року освоєно близько 41 млн. гривень, що на 28,5 % більше, ніж за відповідний період 1998 року. Причому темпи приросту капвкладень вище темпів приросту обсягів вантажопереробки, з чого можна зробити висновок про те, що порти усе більшу частку прибутку направляють на зміцнення своєї матеріальної бази.

Зіставивши аналіз глобальної контейнеризації у світі та участь України в транспортному ринку контейнерних перевезень, виявляються протилежні тенденції. Якщо світові контейнерні перевезення і їхня інфраструктура інтенсивно ростуть (приблизно на 5-7 % щорічно), то в Україні вони катастрофічно зменшуються. З 1992 по 1999 рік навантаження контейнерів «Укрзалізницею» зменшилися в 3000 разів, Донецької залізниці в 160 разів [23]. Приймаючи це і з огляду на світовий досвід, «Укрзалізниця» у 1995 році створила Український центр транспортного сервісу «Ліски» на базі Дарницької механізованої дистанції вантажно-розвантажувальних робіт.

У 90-і роки стала актуальною проблема конкуренції між залізничним і автомобільним транспортом, особливо в контейнерних перевезеннях. Залізниця в силу її багатоступінчастості та громіздкості багато в чому не задовольняла потреби клієнтури. У той же час автотранспорт дозволяв здійснювати швидко та гарантовану доставку «від дверей до дверей». Така тенденція зберігається і зараз, особливо у відношенні невеликих партій контейнерних вантажів.

Обробка вантажу в портах України обходиться в кілька разів дорожче, ніж аналогічні послуги в Європі.

Так, ставки на Петербург із Гонконгу по найбільших лініях триматися на рівні приблизно \$2200-2300, а на Одесу чи Іллічевськ – біля \$3000 за 40 футовий контейнер. І це при тому, що шлях на Санкт-Петербург, Гамбург чи Роттердам довший, ніж на Одесу на 18-20 днів, але стабільний і передбачуваний.

Як впливає з аналізу морських портів України – основних транспортних вузлів з переробки контейнерних потоків, Чорноморські порти і порти Азовського басейну в силу своїх географічних і природних умов кожний по своєму здатні переломити ситуацію та зайняти гідне місце в ніші світового контейнерного ринку [23].

Історія морських контейнерних перевезень, що почалася в 1956 р. М. Мак-Лином перевезенням танкером Т-2 56 навантажених автоконтейнерів з Нью-Йорка в Х'юстон (США) істотно просунула інтерес дослідників і розроблювачів до конструкції контейнерів, контейнеровозів, судів, причалів і їхньої техніки, до організації

перевезень і керування технологічними процесами доставки вантажів у контейнерах.

К. Н. Клименко, Є. К. Блінов, А. Т. Дерібас, В. Т. Осінов, вже в 70-і та 80-і роки описали конструкції контейнерів, діючи на той час контейнери міжнародного стандарту, контейнеризацію в закордонних країнах. Стали з'являтися теоретичні і практичні роботи, спрямовані на організацію і управління контейнерними перевезеннями. Їхні автори Ф. Д. Романовський, В. М. Перлін, Н. І. Воркут.

У цих роботах розроблявся коефіцієнтний метод оцінки використання контейнерів, організаційне та комерційно-правове регулювання контейнерними та пакетними перевезеннями. З розвитком засобів обчислювальної техніки стали розроблятися математичні моделі процесу нагромадження вантажів, оптимізаційні процеси вантажної роботи, спеціалізація контейнеромісць й інші експлуатаційні проблеми.

В основі цих теоретичних методів лежать моделі цільової функції $R(X)$, що мінімізуються за критерієм мінімуму сумарних (зведених витрат $\sum z_n$), на основі яких знаходяться шукані параметри. Використання таких математичних прийомів, як відшукування екстремуму цільової функції, використання методу Лагранжа, знаходження оптимальних планів методом програмування, здійснили поворот від інтуїтивних методів і укрупнених обґрунтувань до оптимізації контейнерних процесів за критерієм мінімуму витрат.

Ринкова міжнародна економіка визначає рух товарів і факторів виробництва на основі функції попиту (S) і функції пропозиції (D) і це вносить доповнення в раніше використовувані методи та теорії прийняття рішень.

Як впливає з огляду літературних джерел, одночасно з розвитком конструкції контейнерної техніки та технології їхніх транспортних процесів усе більшу увагу дослідники стали приділяти ув'язуванню окремих засобів, процесів і керуючих впливів у єдиний системотехнічний принцип. У 80-і роки з'явилися роботи, присвячені контейнерним транспортним системам, теоретичним основам контейнерної транспортної системи СРСР. І хоча ці роботи не використовували суворі закономірності

математичної теорії систем, вони істотно просунули вперед ефективність контейнерних потоків. А маючи фундаментальні розробки в теорії систем М. Мессаровича, Н. П. Бусленко, В. В. Дружиніна, Д. С. Конторова та А. Д. Цвіркуна представляється можливим використовувати в даному дослідженні цей науковий напрямок для вивчення загальносистемних властивостей контейнерного комплексу, процесів його створення, удосконалення, використання та ліквідації. Представляється можливість розробляти такі властивості контейнерної системи як цілісність і розчлененість, зв'язок, організація, інтегративні властивості.

Можливості автоматизованого керування операціями з контейнерами, в тому числі через супутники зв'язку, дозволяє в нових проектах і розробках контейнерних систем знижувати ентропію (ступінь невизначеності) контейнерної системи $H(S)$ в порівнянні з ентропією системоутворюючих факторів $H(F)$.

Аналіз попередніх наукових праць, теоретичних і практичних розробок дозволяє зробити висновок, що для здійснення в промислових вузлах ідеї перетворення портів і СЕЗ у логістичні центри розвитку регіонів і істотного збільшення в них контейнеропотоків необхідна розробка нової методології.

Така методологія повинна базуватися на органічному сполученні теорії систем, логістики, нечітких множин, методів оптимізації та керування контейнерними потоками.

Комплексний аналіз теорії та практики розвитку і управління контейнерними потоками й участь України в транспортному ринку контейнерних перевезень виявляє наступні тенденції:

- світові контейнерні перевезення та їхня інфраструктура інтенсивно зростають, як на морських напрямках, так і на залізничних шляхах сполучення;

- в нашій країні, незважаючи на всі заходи, це зростання проходить недостатньо швидко та інтенсивно для досягнення світових показників.

Контейнеризація становить одну з основних тенденцій розвитку транспортування вантажів. Щоб не залишитися на узбіччі міжнародних транспортних шляхів, Україні необхідно нарощувати свій потенціал щодо перевезення та переробки контейнерів.

Розвиток економічних зв'язків, як правило, завжди спричиняє налагодженню транспортних потоків між центрами економічної активності; пред'явленню якісно нових вимог до ефективності міжнародних перевезень. Як відомо, обсяги зовнішньої торгівлі країн Східної й Південно-Східної Азії з Європою мають стабільну тенденцію до росту. У цьому світлі географічне положення України дозволяє говорити про її значний потенціал як транзитної держави, де перетинаються вантажопотоки, як на сухопутних кордонах із європейськими країнами, так і в морських портах Чорного й Азовського морів.

Незважаючи на падіння та зльоти ставок на світовому ринку транспортування контейнерів, загальний обсяг контейнерних перевезень продовжує стрімко наростати.

При очікуваному рості світового валового продукту в поточному році на два з половиною відсотка прогнозується збільшення перевезень контейнерів на дев'ять відсотків. Цей факт експерти пов'язують із триваючим процесом контейнеризації зовнішньої торгівлі, із стрімким зростанням економіки Китаю, а також з активністю купівельної спроможності європейців через посилення «євро» стосовно долара.

Проаналізуємо тенденції переробки контейнерів у портах світу за останні три десятиріччя (показник переробки являє собою суму кількості завантажених контейнерів на судно та вивантажених із судна, як порожніх так і завантажених), дані зведені до табл. 12.1.

З наведених цифр можна зробити такі висновки:

1. Протягом останніх 30 років переробка контейнерів у портах зростала в середньому в 1,6 рази кожні п'ять років. Простежується тенденція збереження таких темпів.

2. Існує тенденція концентрації обробки контейнерів у спеціалізованих портах і контейнерних терміналах.

Таблиця 12.1

Аналіз переробки контейнерів у портах світу

№ місця по рейтингу переробки TEU	1973 р.		1978 р.		1983 р.		1988 р.		1993 р.		1998 р.		2003 р.	
	Порт	Кількість TEU	Порт	Кількість TEU	Порт	Кількість TEU	Порт	Кількість TEU	Порт	Кількість TEU	Порт	Кількість TEU	Порт	Кількість TEU
1	Кобе	693279	Нью-Йорк	1779000	Роттердам	2314367	Гонконг	4033427	Гонконг	9204236	Сінгапур	15135557	Гонконг	20449000
2	Роттердам	653479	Роттердам	1594288	Нью-Йорк	2065000	Сінгапур	3375100	Сінгапур	9046100	Гонконг	14582000	Сінгапур	18100000
3	Нью-Йорк	649398	Кобе	1446726	Гонконг	1837047	Роттердам	3288829	Гаосюн	4635895	Гаосюн	6271053	Шанхай	11280000
4	Окленд	436590	Гонконг	1226256	Кобе	1623011	Гаосюн	3082838	Роттердам	4166629	Роттердам	6011527	Шеньчжень	10614900
5	Бремен	394839	Окленд	681996	Гаосюн	1479482	Кобе	2263214	Пусан	3070681	Пусан	5945614	Пусан	10366881
6	Сієтл	376998	Сієтл	647945	Сінгапур	1274317	Нью-Йорк	2095530	Кобе	2696084	Лонг-Біч	4097689	Гаосюн	8840000
7	Лонг-Біч	348112	Бремен	576456	Лонг-Біч	1161333	Пусан	2065462	Гамбург	2486130	Гамбург	3546940	Лос-Анжелес	7178940
8	Тілбері	286755	Антверпен	570668	Антверпен	1000000	Цзілун	1709762	Лос-Анжелес	2318918	Лос-Анжелес	3377998	Роттердам	7106778
9	Мельбрун	265353	Гаосюн	569656	Сієтл	950126	Лос-Анжелес	1652069	Йокогама	2167792	Антверпен	3265750	Гамбург	6138000
10	Гонконг	261177	Сан-Хуан	565500	Цзілун	942526	Гамбург	1621615	Лонг-Біч	2079491	Шанхай	3068421	Антверпен	5445437
Всього перші 10 портів	4,366 млн. TEU		9,658 млн. TEU, в 2,2 рази більше, ніж в минулі 5 років		14,647 млн. TEU, в 1,5 рази більше, ніж в минулі 5 років		25,188 млн. TEU, в 1,7 рази більше, ніж в минулі 5 років		41,872 млн. TEU, в 1,57 рази більше, ніж в минулі 5 років		65,303 млн. TEU, в 1,56 рази більше, ніж в минулі 5 років		105,5 млн. TEU, в 1,62 рази більше, ніж в минулі 5 років	
Всього перші 100 портів	10,6 млн. TEU		23,5 млн. TEU, в 2,2 рази більше, ніж в минулі 5 років		38,4 млн. TEU, в 1,6 рази більше, ніж в минулі 5 років		63,0 млн. TEU, в 1,64 рази більше, ніж в минулі 5 років		97,2 млн. TEU, в 1,52 рази більше, ніж в минулі 5 років		155,9 млн. TEU, в 1,6 рази більше, ніж в минулі 5 років		247,8 млн. TEU, в 1,59 рази більше, ніж в минулі 5 років	

Зважаючи на назначене, Україна має вийти з периферії світових процесів контейнеризації вантажних перевезень і повною мірою використати у цій справі свій транзитний і експортно-імпортний потенціал.

Для цього слід розвивати можливості переробок контейнерів у портах, розвивати мережу контейнерних терміналів у найбільших містах України, спрощувати митні та інші формальності при контролі контейнерів, особливо транзитних, на морських і суходільних кордонах держави.

Основні контейнерні потоки проходять між портами Європи, Азії та США – на тих напрямках, де сконцентрована світова торгівля. Виділяються наступні основні напрямки:

- Азія та Далекий Схід – Тихоокеанське узбережжя США / Канади;
- Азія – Європа (без портів Середземного моря);
- Азія – Середземномор'я;
- Азія – Східне (Атлантичне) узбережжя Північної Америки;
- Азія – субконтинент (Індія, Пакистан, Бангладеш);
- Європа – Середземномор'я,
- Східна Азія – Північно-Східна Азія;
- Східна Азія – Південно-Східна Азія;
- Європа – Північна Америка (Атлантичне узбережжя);
- Далекий Схід – Середній Схід.

По цим 10 напрямкам, які можна назвати артеріями, перевозиться більше ніж 70 % усіх контейнерних вантажів. Усього ж у світі існує 175 морських більш дрібних напрямків, де рухаються контейнери.

На узбережжі Азіатського континенту, від Японії до Сінгапуру, розташовані найважливіші центри світового промислового виробництва. І там же – більш сотні морських портів, сорок із них переробляють половину всіх обсягів світової торгівлі.

У той же час звертає на себе увагу значно більший (у порівнянні зі світовим) ріст контейнерних перевезень у регіоні Чорного моря. Більш високі відсотки тут у неабиякій мері визначаються ефектом відліку «від нуля». Переборюючи кризу в економіці, Росія й Україна, інші причорноморські країни помітно

розвивають зовнішню торгівлю, що прямо позначається на обсягах контейнерних перевезень (рис. 12.1, 12.2).

В оперативній роботі закордонні залізниці та контейнерні компанії тісно взаємодіють один з одним, координуючи свою діяльність для забезпечення високої якості транспортного обслуговування користувачів послугами контейнерних перевезень. Результати їхньої комерційної діяльності суворо розмежовані, та безпосередній вплив залізниць на контейнерні компанії здійснюється через національний орган управління чи в рамках прав засновників акціонерних товариств.

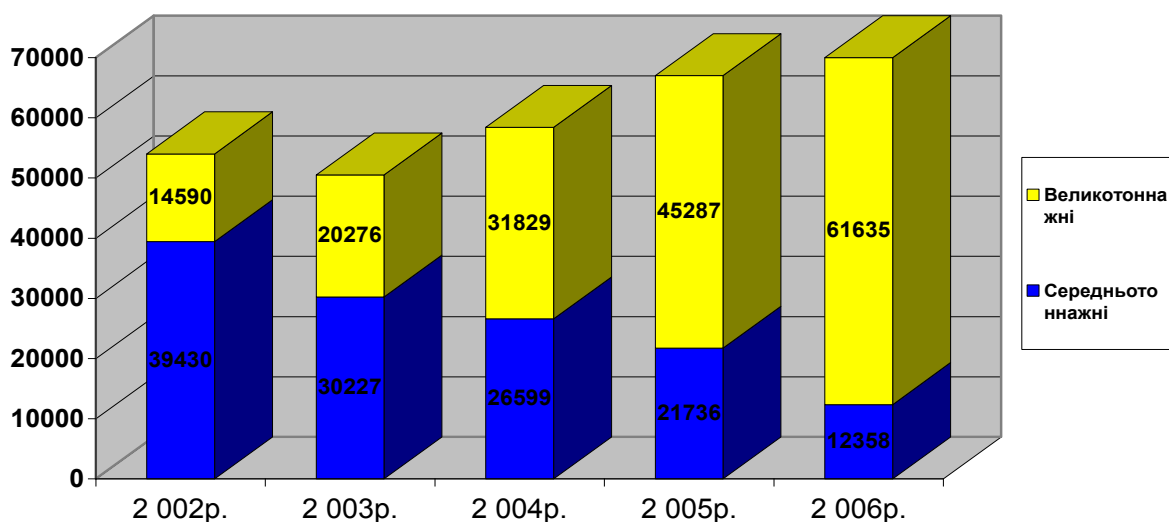


Рис. 12.1. Аналіз прибуття навантажених контейнерів в Україну по роках, фіз. од.

Єдиного рішення з організації й управління контейнерними перевезеннями на залізницях Європи і США немає. Наприклад, Італійські державні залізниці всі змішані перевезення виділили в окрему дочірню компанію «Італконтейнер». У рамках Національного товариства французьких залізниць (НТФЗ) утворені дві дочірні компанії по змішаних перевезеннях.

На Австрійських федеральних залізницях створена дочірня компанія «Комбікарго», і крім цього залізниці є вкладниками в Австрійській компанії по комбінованих перевезеннях ОКОМБІ. Усі європейські залізниці є акціонерами компанії по міжнародних змішаних перевезеннях «Інтерконтейнер-Інтерфріго».

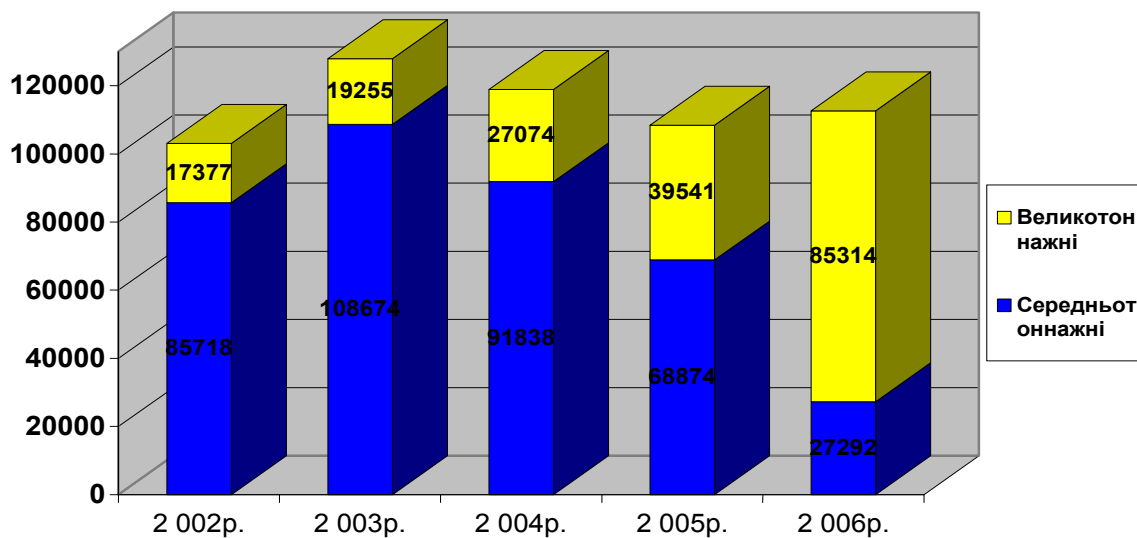


Рис.

12.2. Аналіз прибуття порожніх контейнерів в Україну по роках, фіз. од

У Німеччині значні обсяги комбінованих перевезень виконуються компанією Transfracht International (TFI), що є дочірнім підприємством АТ «Німецькі федеральні залізниці». На закордонних залізницях контейнерні перевезення не перебувають у веденні залізничних адміністрацій, а виділені в самостійний вид транспортної діяльності. Контейнерні компанії в основному організуються у формі дочірніх підприємств, яким в управління передаються термінали, контейнерний парк, а на ряді залізниць і спеціалізований рухомий склад.

Діяльність контейнерних компаній як незалежних суб'єктів на ринку транспортних послуг цілком відділена від діяльності перевізника. Організаційно-правовий статус таких компаній визначається формою власності їхніх засновників. Майно контейнерним компаніям може передаватися безкоштовно чи на правах оренди.

У ряді випадків контейнерні компанії орендують рухомий склад і інші види транспортного устаткування разом із взаємодіючими з ними експедиторськими компаніями. Інтереси контейнерних компаній і залізниць цілком збігаються, що сприяє їхньої успішної діяльності з продажу послуг і повному задоволенню вимог відправників і одержувачів вантажів.

Становлення української контейнерної транспортної системи проходило досить складно та різнопланово, за умови первісної відсутності єдиної концепції формування та розвитку. З 90-х років й по нинішній час є актуальною проблема конкуренції між залізничним і автомобільним транспортом, особливо в контейнерних перевезеннях. Залізниця в силу її багатоступеневості й гromізdkocтi багато в чому не задовольняє потреби клієнтури. У той же час автотранспорт дозволяє здійснювати швидку й гарантовану доставку «від дверей до дверей». Така тенденція зберігається і зараз, особливо у відношенні невеликих партій контейнерних вантажів.

12.2. Вибір напрямку розвитку контейнерних потоків

У Західній Європі на напрямі матеріального потоку експортно-імпортних вантажів створюються центральні європейські розподільні центри, реалізується двостороння схема доставки (виробник – європейський центр – споживач). Для недостатньо потужних потоків в країнах, що приймають вантажі, будується триступінчата система розподілу, та утворюються регіональні центри (виробник – європейський центр – регіональний центр – споживач). При реалізації принципів логістики топологічна схема розміщення складських систем змінюється з наступних міркувань:

- європейський центральний склад концентрує широкий асортимент товару для задоволення покупців з середнім об'ємом потреб;
- склад розташовують в центрі тяжіння полігону обслуговування;
- регіональні склади, контейнерні термінали розташовуються в центрах тяжіння торгового сегменту в умовах, коли не представляється можливості постачальнику обслужити всіх своїх покупців при невеликій величині замовлень по транзитній формі. При реалізації описаної концепції реалізується принцип логістики – «все для споживача» .

На основі цих міркувань виникла ідея створення логістичних розподільчих центрів (ЛРЦ). Завдяки об'єднанню взаємозв'язаних послуг створюється можливість надання якісно нового обслуговування. Вони є спеціальними вузловими логістичними підприємствами. Їх створення корінним чином змінює складське обслуговування та систему поставок в логістичній системі руху товару.

Вибір напрямку розвитку контейнерних потоків промислового вузла визначається його можливостями. Промисловий вузол з погляду його функціональних особливостей являє собою складний комплекс динамічно – взаємодіючих засобів різних видів транспорту. Складовими частинами такого вузла є порти, станції, рухомі технічні засоби (судна, вагони, автомобілі), засоби переробки вантажів, транспортні комунікації (коридори), термінали, склади, системи та засоби керування.

Контейнерний полігон функціонально пов'язаний з рядом виробництв регіону – елементами інтегрованої логістичної системи, які представляють єдине ціле та реалізують цілі бізнесу від постачальника до кінцевого споживача (покупця). В цьому випадку набуває чинності нове розуміння бізнесу, де окремі фірми, організації можна розглядати як деякі центри побічно зв'язані в єдиному інтегральному процесі управління контейнерними потоками. Все це дозволило сформулювати основні функції контейнерного полігону, які наведені в табл. 12.2.

Таблиця 12.2

Основні функції контейнерного полігону

Функції	Операції функцій
Розпорядча	<ul style="list-style-type: none"> - консультування, аналіз, планування; - вибір виду транспорту; - укладання договору фрахтування; - складання транспортної документації; - контроль за перевезенням.
Складська	<ul style="list-style-type: none"> - передача на зберігання, зняття зі зберігання, передача на інший склад; - організація складського господарства;

Функції	Операції функцій
Транспортна	Ближні перевезення: - збирати; - розподіляти; Дальні перевезення: - внутрішні; - з перетинанням кордону
Перевантажувальна	- підготовка та проведення перевантаження вантажів, контейнерів
Комплектуюча	- комплектування товарів у контейнери; - складання збірних відправок
Упаковочна	- консультування та вибір виду упаковки; - завантаження контейнерів
Підготовча	- сортування та маркування по партіям; - обслуговування товару та його передпродажна підготовка для завантаження в контейнер
Інформаційна	- повідомлення про відправку; - управління та контроль за контейнеропотоком і товаропереміщенням
Спеціальні	- транспортне страхування; - митні операції; - послуги по ремонту; - консервування; - реставрація; - кредитні та платіжні послуги.

12.3. Особливості функціонування контейнерної транспортної системи

В умовах ринкових взаємовідносин, що складаються на залізничному транспорті, особливу актуальність здобувають питання вивчення попиту на транспортні послуги. Як відзначає більшість вітчизняних вчених і практиків, безпосередньо пов'язаних з роботою залізничного транспорту, у діючих дотепер і затверджених нових нормативних документах, що регламентують відносини між залізницями, власниками інфраструктур залізничного транспорту

загального та незагального користування, а також відправниками й одержувачами вантажу й іншими фізичними та юридичними особами при користуванні послугами залізничного транспорту, поки не знайшли належного відображення ринкові категорії.

Попит на ринку транспортних послуг визначається специфікою транспортного виробництва. Відносно моменту часу його можна диференціювати наступним чином (рис. 12.3).

Транспортно-експедиційне обслуговування контейнерної транспортної системи служить важливою організаційною основою її функціонування. Транспортно-експедиційне обслуговування повинне взяти на себе функції планування навантаження та розвантаження контейнерів, турботу про завезення і вивіз контейнерів та оформлення перевізної та митної документації, забезпечувати контроль за часом перебування контейнерів під вантажними операціями та в очікуванні їх, доставкою вантажу «від дверей до дверей». Важливою складовою частиною діяльності транспортно-експедиційного обслуговування буде інформація всіх зацікавлених учасників контейнерних перевезень. Організація діяльності транспортно-експедиційного підприємства наведена на рис. 12.4.

Контейнерний спосіб перевезення істотно спрощує виконання ряду допоміжних операцій. З їхнього числа виключається в перевалочних пунктах переваження вантажів, рахунок місць, перевірка упакування; передача вантажу заміняється передачею контейнера. У перспективі спрощується організація інформації, оскільки вона буде автоматизована та необхідні зведення, зацікавленим учасникам контейнерного перевезення будуть надходити каналами зв'язку в пам'ять комп'ютера за встановленими інтервалами часу.

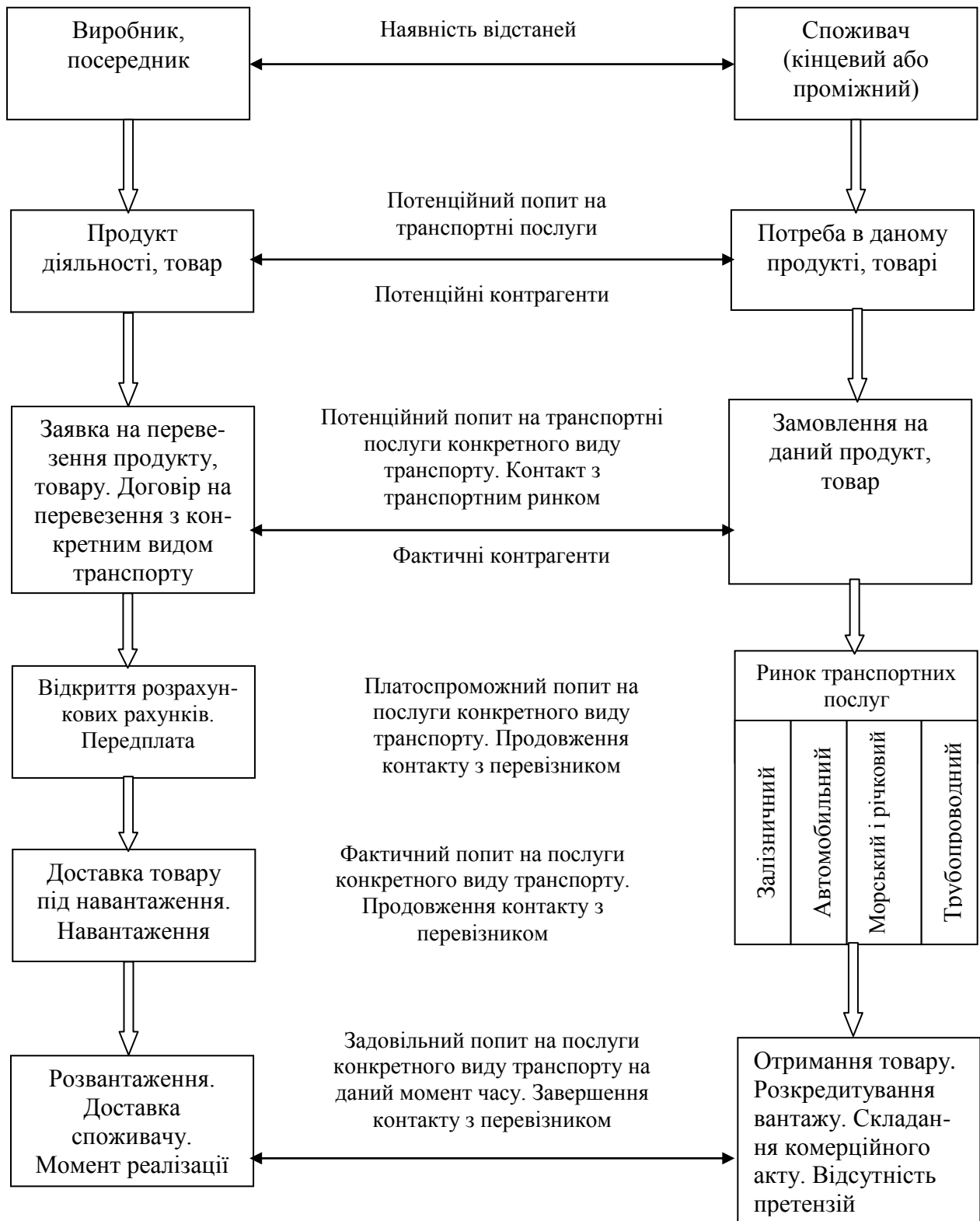


Рис.12.3. Класифікація та трансформація попиту на ринку перевезень вантажів

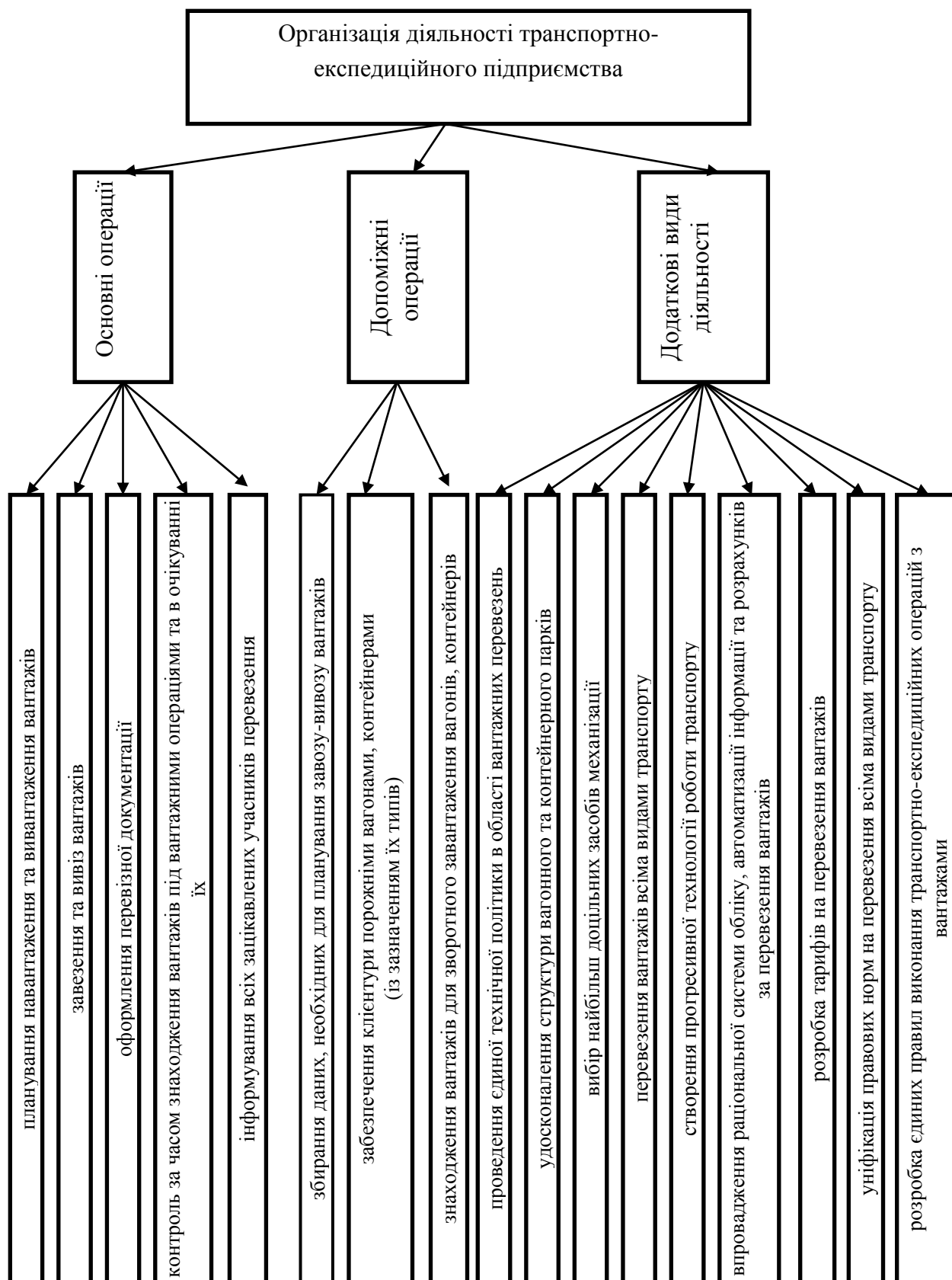


Рис. 12.4. Організація діяльності транспортно-експедиційного підприємства

Однак, поряд зі спрощенням ряду допоміжних операцій виникають додаткові операції, що вимагають більш чіткої та достовірної інформації в зворотному зв'язку, тобто з боку клієнтури. У ній будуть міститися зведення, необхідні для планування завезення-вивозу контейнерів, забезпечення клієнтури порожніми контейнерами (із зазначенням їхніх типів), з організації роботи обмінних пунктів, знаходження вантажів для зворотного завантаження контейнерів, що вивільнюються, та ін.

Провівши порівняльний аналіз деяких характеристик перевезення тарно-штучних вантажів у критих вагонах (тентованих автомобілях) і контейнерах (табл. 12.3) видно, що перевезення контейнером набагато ефективніше та рентабельніше, ніж критим вагоном (тентова ним автомобілем).

Таблиця 12.3

Характеристики для оцінки порівняльної ефективності різних видів перевезень

Характеристики	Критий вагон (тентований автомобіль)	Порівняння економічних затрат	Контейнер
Мінімальний об'єм перевезень тарно-штучних вантажів	Цілий вагон (автомобіль)	>	3, 5, 10, 20 т.
Вартість рухомого складу	Критий вагон (автомобіль)	>	Платформа, контейнер
Зберігання вантажу	Криті склади	>	Відкрита площадка
Засоби механізації	Електронавантажувачі (тривала робота)	>	1 кран
Затарювання	Потрібно	>	Ні
Схоронність (як на шляху, так і при зберіганні)	Нижче	>	Вище

Контейнеризація складає одну з основних тенденцій розвитку транспортування вантажів. Щоб не залишитися на узбіччі міжнародних транспортних шляхів, Україні необхідно нарощувати свій

потенціал щодо перевезення та переробки контейнерів. Особливо гостро це стосується залізниць, що поступово уступають місце в контейнерних перевезеннях іншим видам транспорту.

Для поліпшення ситуації в даному питанні необхідне використання статистичної інформації в прогнозуванні та системний аналіз процесу перевезень контейнерів по залізниці.

Підвищення тарифів на залізничні перевезення не можна назвати повним вирішенням проблеми. Гнучкість тарифів повинна бути одним з основних постулатів маркетингової політики українського залізничного транспорту. Потреби відправників вантажу (вантажодержувачів) можуть бути різними: від термінованої доставки контейнера (не дивлячись на ціну перевезення), до вимоги найменшої можливої плати (незалежно від часу прибуття). У кожному випадку, визначати собівартість перевезення для призначення тарифу буде недостатньо.

У клієнтів з'явиться можливість вибору варіанта перевезення – відповідно збільшиться попит на транспортну продукцію залізниць. Використання контейнерних поїздів стане не виключенням, а нормою, що дозволить прискорити та збільшити товарообіг між Україною й іншими країнами.

12.4. Правила перевезення контейнерів

12.4.1. Правила перевезення контейнерів залізничним транспортом

Перевезення вантажів в універсальних контейнерах провадиться між станціями, відкритими для операцій з контейнерами, між залізничними станціями та портами, включеними до прямого змішаного залізнично-водного сполучення [24].

Приймання контейнерів через порти, які не включено до переліку, встановленого Мінтрансзв'язку відповідно до статті 80 Статуту залізниць України, та направлення контейнерів через ці порти та станції забороняється.

Перевезення вантажів в універсальних контейнерах між залізничними станціями, не відкритими для операцій з контейнерами, дозволяється начальником станції призначення за умови наявності в

одержувача або на станції призначення механізмів для вивантаження контейнерів із вагонів.

Перевезення вантажів у контейнерах у міжнародних сполученнях здійснюється згідно із відповідними міжнародними угодами.

В універсальних контейнерах перевозяться:

- тарно-штучні вантажі;
- продовольчі та промислові товари для потреб населення;
- різні запчастини;
- домашні речі;
- сировина тваринного походження (шкурки свійських та диких тварин сухого консервування, хутро яких перевозиться без дослідження на сибірку);

- рідкі вантажі у дрібній розфасовці (місткістю до 1 л), а також у бочках, бідонах тощо;

- вантажі у полегшеній тарі (обрешітки, картонні коробки тощо);

- швидкопсувні та небезпечні вантажі, перелік яких передбачено «Правилами перевезення швидкопсувних вантажів», затвердженими Міністерством транспорту України 09.12.2002 р., і зареєстрованим Мін'юстом 29.12.2002 р. за № 1031/7319 та «Правилами перевозок опасних грузів по залізничним дорогам», затвердженими 05.04.96 на п'ятнадцятому засіданні Ради залізничного транспорту держав-учасниць Співдружності.

Не дозволяється перевезення в універсальних контейнерах вибухових, легкозаймистих, їдких, отруйних, смердючих вантажів, що забруднюють стіни та підлогу, а також тих, після вивантаження яких необхідні промивання або дезінфекція контейнера.

Маса окремих вантажних місць, що пред'являються до перевезення у контейнерах, не повинна перевищувати:

- у середньотоннажному контейнері 1000 кг;
- у великотоннажному контейнері 1500 кг.

Домашні речі громадян перевозяться в універсальних контейнерах без обмеження маси окремих місць.

Залізниця зобов'язана надавати для завантаження контейнери справні, придатні для перевезення, очищені від залишків вантажу та сміття.

Придатність контейнера в комерційному відношенні для перевезення вантажу визначається відправником. У разі наявності в контейнері будь-яких несправностей, що можуть негативно впливати на схоронність вантажу, відправник повинен відмовитися від його використання.

Очищення контейнерів після вивантаження з них вантажів здійснюється одержувачами.

Залізниця не приймає неочищені після вивантаження контейнери. Вантажна операція вважається незакінченою до повного очищення контейнерів, а з одержувача стягується плата за користування контейнерами за весь час їх перебування під вивантаженням і очищенням.

За необхідності додаткова підготовка контейнерів для вантажів, що потребують особливих умов перевезення та зберігання, може здійснюватися залізницею за рахунок відправника на підставі окремого договору.

Завантаження вантажів у контейнери та розвантаження їх здійснюються відправниками та одержувачами.

Навантаження контейнерів у вагони та автомобілі та вивантаження їх з вагонів та автомобілів на місцях загального користування здійснюється залізницею.

На місцях незагального користування ці операції виконуються засобами відправників та одержувачів, залізниці можуть виконувати ці операції за окремими договорами.

Усі контейнери, незалежно від належності, за розмірами та вантажопідйомністю повинні відповідати вимогам стандартів (технічних умов), мати маркувальні коди встановленого зразку (додаток 1), а також трафарет терміну наступного огляду або ремонту. Контейнери без маркувального коду, а також без трафарету про термін наступного огляду чи ремонту або з простроченим терміном огляду чи ремонту для перевезення вантажів не використовуються.

Вантаж у контейнері розміщується відправником так, щоб унеможливити переміщення його всередині контейнера при перевезенні, а навантаження на підлогу та тиск на стіни контейнера були рівномірними.

Двері контейнера повинні вільно закриватися та відкриватися, для чого при розміщенні вантажу потрібно залишати вільний простір від 3 до 5 см між вантажем та дверима.

Вантаж у контейнері закріплюється упорними брусками, щитами (у дверному отворі контейнера), розпорними рамками із дощок розмірами не менше ніж 20×100 мм.

Завантаження контейнера допускається не вище його вантажопідйомності, яка визначається як різниця між масою бруто контейнера та масою його тари, зазначеними на трафареті.

Допустимим є надлишок вантажу до 50 кг у середньотоннажному та 350 кг у великотоннажному контейнерах.

Залізниця звільняється від відповідальності за всі наслідки, що сталися з вантажем, внаслідок того, що відправник не закріпив його у контейнері або закріпив неналежним чином.

Перевезення середньотоннажних контейнерів у контейнеровозах, піввагонах та на універсальних (бортових) платформах здійснюється повними комплектами контейнерів згідно із схемами розміщення і кріплення вантажу, встановленими «Технічеськими умовами погрузки и крєплення грузов» (далі – ТУ) від 1988 року.

Перевезення завантажених універсальних великотоннажних контейнерів дверима назовні не допускається, порожні контейнери можуть перевозитись дверима назовні за умови накладення на них закруток.

Перевезення універсальних великотоннажних контейнерів провадиться на спеціалізованих платформах згідно із схемами навантаження та вимогами ТУ.

Дозволяється перевезення універсальних великотоннажних контейнерів на спеціалізованих платформах неповними комплектами із забезпеченням норм навантаження на візки платформи, встановлених ТУ.

Після завантаження вантажу відправник повинен закрити та запломбувати контейнер. Контейнери з вантажами, що належать громадянам, можуть пломбуватись залізницею або експедитором.

Прибивати вантажі або пристосування для їхнього кріплення (стійки, клини, прокладки й ін.) цвяхами або скобами до стін, підлоги та стелі контейнера забороняється.

Норму часу, надану відправнику (одержувачу) на оформлення документів, завезення (вивіз), навантаження (вивантаження) та повернення контейнера залізниці, встановлює начальник станції в залежності від місцевих умов, але не більш 12 годин із моменту повідомлення про прибуття вантажу або видачі порожнього контейнера під навантаження. Норма ця повинна бути оголошена одержувачам (відправникам). Норму часу знаходження контейнерів на прирейкових контейнерних площадках незагального користування передбачають у договорах на експлуатацію під'їзних колій або в договорах на подачу та забирання вагонів; вона також не повинна перевищувати 12 годин із моменту подачі.

Облік часу знаходження контейнерів під вантажно-розвантажувальними операціями на прирейкових контейнерних майданчиках незагального користування, складах відправників або одержувачів (при вивозі їхніми засобами або на автомобілях загального користування), а також у транспортно-експедиційних організаціях ведеться за відомостями подачі і збирання вагонів або по передбаченим Правилами перевезень спеціальним нарядам. За затримку контейнерів понад норму підприємства, організації й установи – вантажовідправники та вантажоодержувачі, а також автотранспортні організації, що здійснюють за договорами транспортно-експедиційне обслуговування, несуть фінансову відповідальність у відповідності до Статуту залізниць України. Очищає контейнери після вивантаження у всіх випадках вантажоодержувач.

Рідкі вантажі допускаються до перевезення в контейнерах тільки в дрібній розфасовці (пляшках, банках) місткістю не більш 1 л, упаковані у полегшену тару (обрешети, картонні коробки). Перед навантаженням промаслених предметів (запасних частин, метизів і ін.) відправник зобов'язаний застеляти підлогу щільним папером і робити прокладки з нього між стінами контейнера і вантажем або приймати інші міри, що охороняють внутрішню поверхню контейнерів від забруднення й ушкодження.

Пошкодження контейнера, що трапилося з вини відправника, одержувача чи експедиторської організації, усувається ними своїми силами власним коштом або за їх рахунок залізницею.

За втрату або пошкодження контейнера чи інші дії, внаслідок яких він став непридатним, відправник, одержувач чи експедиторська організація відшкодовують залізниці вартість контейнера.

Видача одержувачу контейнера з вантажем, що прибув на станцію, а також порожнього контейнера відправнику для завантаження оформляється «Пам'яткою про користування контейнерами», яка складається у двох екземплярах: один – для одержувача, другий – для станції.

Одержувач повинен вивезти із станції контейнер з вантажем, що надійшов на його адресу.

Вантажі, що прибули в контейнерах, зберігаються на станції призначення безкоштовно протягом доби. Цей термін обчислюється з 24-ї години дати вивантаження контейнера з вагона засобами залізниці або з 24-ї години дати подачі вагона з контейнерами для вивантаження засобами одержувача.

Відправники, одержувачі, експедиторські організації вносять плату за користування контейнерами відповідно до статті 119 Статуту.

При перевезенні домашніх речей плата за користування контейнерами з громадян не стягується. Громадяни сплачують плату за зберігання домашніх речей у контейнері.

Облік часу користування контейнерами здійснюється на контейнерних пунктах як загального, так і незагального користування (на залізничних під'їзних коліях). Для ведення обліку часу користування контейнерами на станціях ведуться Пам'ятки про користування контейнерами форми ГУ-45к, а для розрахунку плати за користування контейнерами – Відомості плати про користування вагонами (контейнерами) (додаток 2).

Плата за користування власними та орендованими контейнерами не справляється.

Термін користування обчислюється окремо для кожного контейнера за його номером.

На контейнерних пунктах загального користування цей термін обчислюється від часу передачі повідомлення про прибуття контейнера з вантажем до повернення порожнього (вивантаженого) контейнера одержувачем на контейнерний пункт.

Якщо відправнику подається порожній контейнер для завантаження, то термін користування обчислюється від часу видачі порожнього контейнера з контейнерного пункту до повернення завантаженого контейнера на контейнерний пункт.

У разі завантаження контейнера одержувачем після вивантаження вантажу, що прибув на його адресу (здвоєна операція), термін користування контейнером обчислюється з часу передачі повідомлення про прибуття вантажу в контейнері до повернення завантаженого контейнера на контейнерний пункт.

Плата за користування контейнерами не нараховується протягом таких термінів:

- 12 годин для контейнера, що видається для розвантаження, термін обчислюється з часу передачі повідомлення про прибуття контейнера;

- 8 годин для контейнера, що надається порожнім для завантаження, термін обчислюється з часу видачі контейнера;

- 16 годин для контейнера з подвійними операціями (розвантаження та завантаження); термін обчислюється з часу передачі повідомлення про прибуття контейнера.

За затримку контейнерів понад зазначені терміни плата за користування нараховується згідно з Правилами користування вагонами та контейнерами, затвердженими наказом Мінтрансу від 25.02.99 № 113 та зареєстрованими у Міністерстві юстиції України 15.03.99 за № 165/3458.

Якщо контейнерний пункт загального користування працює не цілодобово або не щодня, то із платного терміну затримки вилучається час, протягом якого контейнерний пункт не працював.

На контейнерних пунктах незагального користування (розташованих на залізничних під'їзних коліях) плата за користування контейнерами обчислюється з моменту передачі їх у вагоні на під'їзну колію до моменту їх фактичного прийняття з під'їзної колії згідно з договором про експлуатацію під'їзної колії (договором про подачу та забирання вагонів).

За затримку контейнерів через відсутність при накладній документів, необхідних для виконання митних, санітарних та інших правил, або неналежне їх оформлення відправник (одержувач)

вносить плату, встановлену відповідно до статті 119 Статуту, і несе відповідальність перед залізницею за наслідки затримки контейнерів.

Вантажі, які прибули на станцію призначення у справному контейнері з непошкодженим ЗПП (пломбою), видаються одержувачу після зовнішнього огляду контейнера і ЗПП (пломби) без перевірки маси, стану та кількості вантажу.

Контейнери з домашніми речами, які прибули за ЗПП (пломбами) залізниці, на вимогу одержувача видаються з їх перевіркою згідно з описом; ті, що прибули за справними ЗПП (пломбами) відправника (експедитора), видаються без перевірки.

На станціях призначення залізниця зобов'язана перевірити кількість і стан вантажу в разі прибуття вантажу в пошкодженому контейнері, в контейнері з пошкодженими ЗПП (пломбами) відправника або за пломбами попутних станцій.

За результатами перевірки складається акт загальної форми (або, у разі потреби, комерційний акт) відповідно до «Правил складання актів», затверджених Міністерством транспорту України, 28.05.2002 р. за № 334 і зареєстрованих Мін'юстом України 08.07.2002 р. за № 567/6855.

Після перевірки вантажу станція призначення пломбує контейнер своєю пломбою (ЗПП).

Завантажені контейнери, що перевозяться з перевалкою в порту, в тому числі з імпорними (експортними) вантажами, приймаються та здаються після зовнішнього огляду стану контейнера та пломб (ЗПП).

У разі передачі вантажу в несправному контейнері або з несправними ЗПП (пломбами) перевірка вантажу або перевантаження його в справний контейнер здійснюється в порту за рахунок сторони, що здає контейнер. Після перевірки контейнер пломбується стороною, яка здає контейнер.

Повернення порожніх контейнерів, які не є власністю Укрзалізниці або залізничних адміністрацій країн СНД, Латвійської Республіки, Литовської Республіки, Естонської Республіки, та їх подальше використання регулюються угодами між власниками цих контейнерів та вантажоодержувачами без участі залізниці.

Завантажений контейнер відправник зобов'язаний закрити, закріпити ручку замка дротом і навісити пломбу. Навантажені

контейнери залізниця приймає до перевезення по зовнішньому огляду контейнерів і пломб за масою та пломбами вантажовідправників.

У найближчі роки можливе буде перевезення в спеціалізованих контейнерах таких рідких вантажів, як кислоти, луги, лаки, фарби й інші хімічні матеріали. Важливим завданням є також створення контейнерів для перевезення швидкопсувних продуктів: значна частина таких контейнерів може бути без охолоджувальних агрегатів (як термос) для доставки заморожених продуктів на порівняно короткі відстані автомобільним транспортом. Контейнери-термоси повинні розроблятися на базі стандартних універсальних контейнерів, їхні стіни повинні бути захищені відповідним теплоізоляційним шаром. Вони повинні бути постачені пристосуваннями для укладання або підвішування швидкопсувних продуктів. Для перевезення на значні відстані залізничним і водним транспортом необхідні контейнери з охолодженням. Контейнери великої вантажопідйомності можуть бути обладнані холодильними агрегатами або пристроєм для охолодження рідким азотом.

12.4.2. Правила перевезення контейнерів автомобільним транспортом

Універсальні автомобільні контейнери призначені для перевезення дрібних партій вантажів без тари, у первинній або у полегшеній тарі. В цих контейнерах перевозяться продовольчі і промислові товари широкого споживання, продукція виробничо-технічного призначення, сільськогосподарські продукти і домашні речі громадян.

Забороняється перевозити в універсальних контейнерах вантажі, які швидко псуються, сипучі вантажі без тари, вибухові, займисті, їдкі та отруйні речовини, смердючі вантажі та ті, які забруднюють стіни і підлогу контейнера, а також вантажі, які не можуть бути завантажені в контейнер або вивантажені з нього без застосування вантажно-розвантажувальних механізмів.

Окремі вантажні місця, які подаються для перевезення в контейнері, мають бути вагою не більше 80 кг.

Спеціальні контейнери належать вантажовідправникам і вантажоодержувачам та призначаються для перевезення автомобільним транспортом певних видів вантажів, які потребують додержання особливих умов під час транспортування.

Універсальні автомобільні контейнери, що належать перевізникам, повинні мати єдину нумерацію, а також нанесене фарбою, що контрастно виділяється від кольору контейнера, таке маркування:

- розпізнавальний знак;
- номер контейнера;
- найменування власника контейнера;
- вантажність і маса тари контейнера, кг;
- внутрішній об'єм контейнера, куб.м;
- місце, місяць і рік виготовлення контейнера;
- час останнього капітального ремонту і наступного ремонту контейнера.

Номер контейнера наноситься на всіх бокових стінках, даху і всередині контейнера.

Універсальні автомобільні та спеціальні контейнери, які належать власникам вантажу, повинні мати маркування, яке запроваджене власником майна. При цьому обов'язково наноситься вантажність і маса тари контейнера, а також внутрішній об'єм контейнера (куб.м).

Для перевезення контейнерів перевізник повинен надавати автомобілі (автопоїзди) із бортовими платформами або спеціалізований рухомий склад (низькорамні напівпричепи – контейнеровози, автомобілі із вантажопіднімальними пристроями тощо).

Розміщення універсальних автомобільних і спеціальних контейнерів на рухомому складі слід здійснювати із урахуванням рівномірного розподілу навантаження на поверхню платформи.

Для поліпшення організації перевезення вантажів в контейнерах вантажовідправники і вантажоодержувачі, перевізники можуть створювати обмінні контейнерні пункти на місцях відправлення та одержання вантажів.

Приймання вантажів для перевезення в контейнерах здійснюється: при наявності договору – на підставі заявки, а при відсутності договору – разового договору.

Для перевезення вантажів у контейнерах у договорі обумовлюються:

- обсяги перевезень вантажів у контейнерах кожного типу;
- графік завезення порожніх і вивезення завантажених контейнерів від вантажовідправника;
- порядок виконання завантаження і розвантаження контейнерів (із зніманням чи без знімання їх з рухомого складу, виконавець механізованого вантаження і розвантаження контейнерів з рухомого складу);
- надання вантажовідправником і вантажоодержувачем майданчиків для короткочасного зберігання контейнерів;
- порядок і терміни повернення порожніх контейнерів;
- термін обороту контейнерів.

Перевізники повинні подавати під завантаження справні контейнери, які придатні для перевезення конкретного вантажу, очищені від залишків вантажу і сміття.

Придатність контейнера у комерційному відношенні для перевезення вантажу визначається вантажовідправником.

Не можна перевозити вантаж в контейнерах, які мають перекошені каркаси, несправності запірних пристроїв або пристроїв для пломбування, тріщини або надриви підйомних серег, пошкодження обшивки або покрівлі та інші несправності, які можуть спричинити недостачу, зіпсуття або пошкодження вантажу.

Відповідальність за розміщення вантажу всередині контейнера несе вантажовідправник. Вантажовідправник зобов'язаний розміщати вантаж в контейнері так, щоб виключити можливість його переміщення всередині контейнера при перевезенні і щоб навантаження на підлогу і тиск на стінки контейнера були рівномірними. При розміщенні вантажу вантажовідправник повинен залишати вільним простір між вантажем і дверима контейнера від 30 до 50 мм.

Вантажовідправник зобов'язаний завантажувати вантаж в контейнер не більше його встановленої вантажності.

В кожний контейнер з вантажем вантажовідправник повинен укладати опис вантажу (додаток 3), який засвідчується його

підписом і печаткою, із зазначенням кількості завантажених місць і вартості кожного вантажного місця.

Після завантаження вантажу вантажовідправник повинен зачинити контейнер, закріпити ручку замка контейнера дротом діаметром не менше 2 мм, опломбувати контейнер, навісити бирку довжиною 120-150 мм і шириною 80-100 мм, на якій зазначаються пункти відправлення та призначення вантажу і найменування вантажоодержувача.

Під час приймання завантаженого контейнера провадиться зовнішній огляд контейнера, перевіряється наявність пломби та її справність, цілісність пломбувального дроту, а також відповідність номера контейнера і відправницького контрольного знака на відтиску пломби номеру контейнера і контрольному знаку, зазначеним у товарно-транспортній накладній.

Не приймаються для перевезення контейнери з невиразними відтисками пломб, а також з неправильно навішеними пломбами, несправні контейнери із слідами розкрадання, зіпсуття або ушкодження вантажу. При виявленні несправності контейнера або пломби, невідповідності номера контейнера і знаків на відтисках пломби та в товарно-транспортній накладній водій (експедитор) зобов'язаний повідомити про це вантажовідправника. Тільки після усунення виявлених недоліків такі контейнери приймаються для перевезення.

Завантаження контейнерів вантажем у вантажовідправника і вивантаження вантажу із контейнера у вантажоодержувача здійснюються, як правило, після того, як контейнери будуть зняті з автомобіля (автопоїзда).

Зняття завантаженого або порожнього контейнера із рухомого складу, вивантаження та завантаження вантажів у контейнер, установаження навантажених або порожніх контейнерів на рухомий склад здійснюються вантажовідправником і вантажоодержувачем.

За договором зняття і встановлення контейнерів на рухомий склад може виконуватись перевізником.

При завантаженні контейнерів без зняття їх із рухомого складу вантажовідправник повинен розміщати контейнери на рухомому складі дверима до бортів з таким розрахунком, щоб була

можливість здійснювати завантаження вантажів та їх вивантаження із контейнерів безпосередньо на рухомому складі.

У разі перевезення неповного комплекту контейнерів їх становлять впритул до переднього борта платформи рухомого складу.

Не допускається перевезення порожніх контейнерів з відкритими дверима.

Спільно з контейнерами у рухомому складі допускається перевезення інших вантажів, які не можуть пошкодити або забруднити контейнер, а також при умові, що ці вантажі не можуть бути пошкоджені контейнерами.

Перевезення людей у кузові автомобіля, де розміщені контейнери, категорично забороняється.

Вантажоодержувач не має права при прийманні контейнера з вантажем знімати пломбу і розкривати контейнер до проведення його зовнішнього огляду, перевірки пломб і засвідчення приймання контейнера підписом і печаткою(штампом) у товарно-транспортній накладній.

При виявленні несправності контейнера або пломби вантажоодержувач разом із представником перевізника повинен оформити ці обставини актом згідно [19], після чого зобов'язаний прийняти вантаж.

За невідповідність наявності вантажу документам на перевезення, недостачу, псування або ушкодження вантажу, який прибув у несправному контейнері або за несправною пломбою вантажовідправника, відповідальність перед вантажоодержувачем несе перевізник, який доставив цей вантаж, якщо не доведе, що недостача, псування, ушкодження вантажу або невідповідність вантажу документам на перевезення сталися з вини вантажовідправника.

Після вивантаження вантажу із контейнера вантажоодержувач повинен очистити контейнер від залишків вантажу, а у потрібних випадках провести промивку і дезінфекцію контейнера.

Допускаються для перевезень в універсальних автомобільних контейнерах окремі небезпечні вантажі: гекс (сухий спирт), целулоїдні іграшки, карбід кальцію, клей гумовий, бітумні і масляні лаки, патрони малокаліберні, кінофотоплівки і червоний фосфор,

які потрібно упаковувати в тару, щоб забезпечити їх цілість і безпеку при транспортуванні, за винятком целулоїдних іграшок, які допускаються для перевезення у фабричній упаковці.

Легкозаймисті і цінні вантажі: вата бавовняна, готовий одяг, килими і килимові вироби, тканини, текстильні і трикотажні вироби перевозяться, як правило, в металевих автомобільних контейнерах з додержанням вимог, що передбачені Правилами перевезень небезпечних вантажів.

Перед завантаженням легкозаймистих і цінних вантажів вантажовідправник зобов'язаний старанно оглянути контейнер як зовні, так і зсередини (при щільно зачинених дверях) і встановити комерційну придатність контейнера для перевезення даного вантажу, зробити про це відмітку у товарно-транспортній накладній, засвідчивши її своїм підписом і печаткою (штампом).

Якщо вантажовідправником буде встановлено, що контейнер не придатний для перевезення легкозаймистих і цінних вантажів, він повинен відмовитись від завантаження їх в цей контейнер. Виявлені при огляді щілини і нещільне прилягання дверей в отворі і між стулками дверей, вантажовідправник зобов'язаний запакувати папером на рідкому склі, дерев'яними рейками або фанерою.

12.5. Товаротransпортні документи

12.5.1 Товаротransпортні документи при перевезенні контейнерів залізничним транспортом

При пред'явленні громадянами до перевезення в контейнері домашніх речей відправник повинен скласти їх опис за формою ГУ-112 (додаток 4), один примірник якої вкладається в контейнер. Порядок оформлення опису наведено в Правилах перевезень вантажів з оголошеною вартістю, затверджених наказом Міністерства транспорту України від 21.11.2000 № 644.

На кожен завантажений та порожній власний або орендований контейнер відправник надає станції заповнений комплект перевізних документів форми ГУ-29К (додаток 5) [38].

У ньому відправник заповнює такі графи:
«Індекс і номер» та «Код власника»:

- для універсальних великотоннажних контейнерів – усі літери та цифри першого рядка маркувального коду контейнера, причому буквений індекс (чотири великі латинські літери) проставляється у лівій частині графі, а цифровий (сім цифр) – у правій;

- для середньотоннажних контейнерів у графі «Індекс і номер контейнера» проставляються всі цифри першого рядка маркувального коду, а в графі «Код власника» – двозначний цифровий код залізниці-власниці контейнера згідно з міжнародною системою кодування залізниць. Цифровий код залізниць держав-учасниць СНД, Латвійської Республіки, Литовської Республіки, Естонської Республіки нанесено на контейнері під маркувальним кодом контейнера. Якщо контейнер власний, то у правій частині графі проставляється «0000».

«Код типорозміру контейнера»:

- для універсальних великотоннажних контейнерів – чотири цифри другого рядка маркувального коду;

- для середньотоннажних контейнерів – дві цифри другого рядка маркувального коду;

«Маса бруutto за трафаретом» проставляється маса бруutto, вказана на контейнері:

- маса бруutto універсального великотоннажного контейнера нанесена на дверях контейнера, а також закодована в другому рядку (перші дві цифри) цифрової частини маркувального коду;

- маса бруutto середньотоннажного контейнера – перша цифра маркувального коду;

«Маса вантажу разом з упаковкою, визначена відправником, кг»:

- маса вантажу кожного найменування разом з упаковкою;

«Разом»:

- загальна маса вантажу всіх найменувань разом з упаковкою;

«Маса вантажу (літерами)»:

- літерами загальна маса вантажу разом з упаковкою;

«Маса тари контейнера»:

- маса (тара) порожнього контейнера згідно з трафаретом;

«Маса бруutto контейнера»:

- сума загальної маси вантажу разом з упаковкою та масою (тарою) контейнера;

«Заяви та відмітки відправника»:

- зазначається номер рахунка-фактури або специфікації, вкладеної у контейнер, відмітка про вкладення опису домашніх речей, номер замовлення, наряду, контракту тощо.

У разі перевезення легкозаймистих вантажів на лицьовому боці накладної у графі «Місце для відміток і штампелів» відправник повинен проставити штампелем «Легкозаймистий», а у разі перевезення швидкопсувних вантажів – «Швидкопсувний».

У разі пред'явлення до перевезення шкурок свійських та диких тварин до перевізних документів додається ветеринарне свідоцтво відповідно до «Правил перевезень тварин, птиці та інших вантажів, які підлягають державному ветеринарно-санітарному контролю», затверджених наказом Мінтрансу 09.12.2002 р. за № 873 і зареєстрованих Мін'юстом України 29.12.2002 р. за № 1032/7320.

Інші графи комплексу перевізних документів заповнюються в порядку, передбаченому Правилами оформлення перевізних документів, затвердженими наказом Міністерства транспорту України від 21.11.2000 № 644 та зареєстрованими у Міністерстві юстиції України 24.11.2000 за № 863/5084.

Оформлення перевізних документів на власні та орендовані порожні контейнери здійснюється аналогічно до зазначеного вище порядку. При цьому у графі «Найменування вантажу» зазначається «Порожній, власний (оренований), власник (орендар) _____».

Завантажені контейнери приймаються залізницями до перевезення за масою, визначеною відправником, після їх зовнішнього огляду.

При завантаженні контейнера відправник зобов'язаний вкласти всередину контейнера специфікацію або рахунок-фактуру на вантаж із зазначенням у ній кількості місць, переліку предметів у кожному місці вантажу та вартості кожного предмета. Специфікація (рахунок-фактура) засвідчується підписом і печаткою відправника.

До комплексу перевізних документів входять: накладна, дорожня відомість, корінець дорожньої відомості та квитанція про приймання вантажу до перевезення. Накладна разом з дорожньою відомістю супроводжує вантаж на всьому шляху перевезення до станції призначення, де видається одержувачу разом з вантажем.

Дорожня відомість є підставою для розрахунків за перевезення вантажів. За дорожніми відомостями на видані вантажі визначається виконання залізницями обсягів перевезення, доходних надходжень від перевезень, перевіряється правильність розрахунків і дотримання термінів доставки вантажів.

Після оформлення перевезення квитанція про приймання вантажу до перевезення видається відправнику. Корінець дорожньої відомості залишається на станції відправлення та надсилається до ТехПД для подальшої обробки.

Перевізні документи мають типографську серію, номер та захисну сітку. Перевізним документам форми ГУ-29-К, накладній СМГС номер відправки присвоюється товарним касиром після приймання вантажу до перевезення шляхом наклеювання на перевізні документи голографічного захисного елемента.

Заповнення перевізних документів може здійснюватись друкарським способом, або з використанням ПЕОМ. Виправлення не допускаються.

Перевізні документи на перевезення контейнерів у внутрішньодержавному сполученні у вагонах, що належать Укрзалізниці, заповнюються українською мовою, у міжнародному сполученні між країнами СНД і Балтії незалежно від приналежності вагона – російською мовою.

12.5.2. Товаротранспортні документи при перевезенні контейнерів автомобільним транспортом

Основними документами на перевезення вантажів є товарно-транспортні накладні та подорожні листи вантажного автомобіля.

Залежно від виду вантажу та його специфічних властивостей до основних документів додаються інші (ветеринарні, санітарні та якісні – сертифікати, свідоцтва, довідки, паспорти тощо), що визначається правилами перевезень зазначених вантажів.

Подорожній лист вантажного автомобіля є документом, без якого перевезення вантажів не допускається.

Оформлення перевезень вантажів товарно-транспортними накладними здійснюється незалежно від умов оплати за роботу автомобіля.

Товарно-транспортну накладну на перевезення вантажів автомобільним транспортом замовник (вантажовідправник) повинен виписувати в кількості не менше чотирьох екземплярів. Замовник (вантажовідправник) засвідчує всі екземпляри товарно-транспортної накладної підписом і при необхідності печаткою (штампом).

Після прийняття вантажу згідно з товарно-транспортною накладною водій (експедитор) підписує всі її екземпляри.

Перший екземпляр товарно-транспортної накладної залишається у замовника (вантажовідправника), другий - передається водієм (експедитором) вантажоодержувачу, третій і четвертий екземпляри, засвідчені підписом вантажоодержувача (у разі потреби й печаткою або штампом), передається перевізнику.

У тих випадках, коли в товарно-транспортній накладній немає можливості перерахувати всі найменування вантажу, підготовленого для перевезення, до такої накладної замовник додає документ довільної форми з обов'язковим зазначенням відомостей про вантаж (графи 1-10 товарно-транспортної накладної).

У цих випадках в товарно-транспортній накладній зазначається, що до неї додається як товарний розділ документ, без якого товарно-транспортна накладна вважається недійсною і не може використовуватись для розрахунків із замовником.

У випадку перевантаження вантажу в процесі його перевезення на інший автомобіль складається акт довільної форми, в якому обов'язково зазначаються реквізити: повна назва власника транспорту та його адреса, прізвище, ім'я та по батькові водія, державний номер автомобіля перевізника, який здав вантаж, і перевізника, який його прийняв.

Акт складається у двох екземплярах, які підписуються представниками (водіями) обох перевізників (по одному для кожного).

Це зазначається в товарно-транспортній накладній.

12.6. Пломбування контейнерів

Контейнери після завантаження пломбує залізниця (при навантаженні її засобами) або вантажовідправник. Як правило, вантажі, за винятком домашніх речей, приймають до перевезення в

контейнерах за ЗПП (пломбами) відправника. Контейнери із сільськогосподарською продукцією та домашніми речами пломбує станція відправлення у присутності відправника пломбами залізниці або транспортно-експедиційної організації.

Пломба – охоронний знак, що підтверджує те, що в процесі перевезення доступу до вантажу не було. Справні пломби (при справності контейнеру) свідчать про те, що в контейнер ніхто не входив і вантаж у ньому знаходиться в тому стані і кількості, у якому був на станції, що наклала пломби. Тому накладення пломб на контейнери – один з основних засобів боротьби за схоронність вантажу під час перевезення залізницею.

Порядок пломбування вагонів і контейнерів установлений Правилами перевезень вантажів залізницями [17]. Перевозити митні вантажі без пломб не допускається. Щоб не можна було відчинити двері контейнера в шляху проходження та порушити цілість пломб, обидві дверні накладки зміцнюють закрученнями з дроту діаметром 4-6 мм, довжиною 250-260 мм.

Пломби навішують по одній на кожні двері і кожний люк. Конструкція пломби не повинна допускати зняття її без порушення цілості. Застосовують пломби, виготовлені відповідно до технічних умов, і термооброблений (відпалений) дріт діаметром 0,6-0,7 мм 7ДЕСТ 3282-46). При навішуванні свинцевих пломб дріт попередньо скручують у дві нитки: чотири витки на 1 см довжини. На пломбах, які навішені на контейнер, повинні бути виразні і ясні наступні знаки:

- при пломбуванні пломбами залізниці:

- 1) найменування станції(повне або скорочене – не більше 13 знаків);
- 2) скорочене найменування залізниці(не більше 4 знаків);
- 3) контрольний знак(одна літера і три цифри; літери – А, В, Е, И, К, Н, О, П, Р, С, Т; цифри від – 001 до 999);
- 4) номер лещат;

- при пломбуванні пломбами вантажовідправника:

- 1) найменування вантажовідправника (повне або скорочене – не більше 13 знаків);
- 2) найменування станції (повне або скорочене – не більше 13 знаків);

3) скорочене найменування залізниці (не більше 4 знаків).

Відправник може передбачати на пломбах контрольні знаки, тоді скорочене найменування відправника не більше 8 знаків. У пломб, які навішені на один контейнер, повинні бути однакові контрольні знаки. Пломбування різних контейнерів пломбами з тими самими контрольними знаками протягом даної доби не допускається. Відправляти зі станцій навантаження контейнери з неясними відбитками знаків на пломбах, а також із неправильно навішеними пломбами забороняється.

Пломбувальні лещата затвердженої Укрзалізницею конструкції виготовляють тільки в залізничних майстернях. Їх зберігає (разом із Книгою пломбування) під замком працівник, спеціально уповноважений на це начальником станції. Під час видачі лещат для пломбування, у Книзі пломбування відповідальний працівник зазначає час, число, місяць, години і хвилини, а прийомоздавальник вантажів тут же розписується в одержанні. Разом із пломбувальними лещатами видається і книга, у яку заносять номери контейнерів і контрольні знаки. По закінченні роботи лещата разом із книгою повертають працівнику, відповідальному за їхнє зберігання.

Порядок пломбування автомобілів і контейнерів установлений Правилами перевезень вантажів автомобільним транспортом [19].

Пломбування вантажів проводиться замовником з його ініціативи або на вимогу перевізника.

Пломбуватися можуть завантажені спеціалізовані автомобілі та причепи (фургони, цистерни, рефрижератори), а також контейнери та окремі вантажні місця.

Про опломбування вантажу в товарно-транспортній накладній робиться відмітка із зазначенням змісту відтиску пломби.

Для забезпечення цілості вантажу, який доставляється за декількома адресами, в кузові типу «фургон» перевізник може встановлювати перегородки, що розділяють кузов на секції, які пломбують окремо.

На пломбах повинні бути контрольні знаки замовника.

Пломби слід навішувати таким чином, щоб виключалася можливість доступу до вантажу без їх знімання або порушення цілості.

Пломби навішуються:

- а) у фургонів – на всіх дверях по одній пломбі;
- б) у контейнерів – на дверях по одній пломбі;
- в) у цистерн – на кришці люка та зливного отвору по одній пломбі, за винятком, коли правилами перевезень окремих видів наливних вантажів передбачений особливий порядок пломбування;
- г) у вантажного місця – від однієї до чотирьох пломб в місцях, де стикуються обкантовувальні полоси або інші пакувальні матеріали.

Пломбування вантажу, вкритого брезентом, можна виконувати тільки у випадках, коли з'єднання його з кузовом забезпечує неможливість доступу до вантажів без пошкодження брезенту. Пломби навішуються на кінцях з'єднувального матеріалу в місцях стикування останнього з кузовом рухомого складу.

Водій, який виконує обов'язки експедитора, приймаючи вантаж в опломбованому автомобілі, напівпричепі, їх частинах або в контейнері, зобов'язаний переконатися в правильності навішування пломби, відсутності пошкоджень на ній та вільного пересування її вздовж пломбувального дроту, а також чіткості контрольних і літерних знаків на пломбі.

Якщо виникають сумніви, пов'язані з неправильністю пломбування, невиразністю відтисків знаків на пломбі або навіть незначним пересуванням пломби на пломбувальному дроті, вантаж для перевезення не приймається.

Контрольні питання

1. Що являє собою контейнер?
2. Які переваги контейнерних перевезень?
3. Охарактеризуйте сучасний стан розвитку контейнерних перевезень.
4. Які перспективні напрямки розвитку контейнерних потоків?
5. В чому полягають особливості функціонування контейнерної транспортної системи?
6. Визначте правила перевезення універсальних контейнерів.
7. Які товаротранспортні документи оформлюються при контейнерних перевезеннях?
8. Як здійснюється пломбування контейнерів?

13. КОМЕРЦІЙНЕ ОФОРМЛЕННЯ НЕСХОРОННОСТІ ВАНТАЖІВ ТА СТРАХУВАННЯ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

13.1. Причини та характер несхоронних перевезень

Несхоронні перевезення виникають внаслідок тих чи інших порушень технології та правил підготовки вантажів та транспортних засобів, навантаження, кріплення, упакування, перевезення та зберігання.

До несхоронних перевезень відносяться: втрата, недостача, розкрадання, пошкодження, псування вантажу, прийнятого до перевезення, що сталися до моменту видачі одержувачу.

Признаки несхоронних перевезень: кількісна недостача вантажу, зниження якості вантажу та його споживчої вартості чи повна непридатність до використання за первинним призначенням.

Кожен вид несхоронності має специфічні причини.

Втрата, псування та пошкодження можливі в результаті:

- порушень технології навантаження, вивантаження, сортування, упакування, кріплення, штабелювання;
- аварій, пожег, обставин неподоланої сили;
- втрати вантажу внаслідок несправності рухомого складу, контейнерів, упаковки;
- порушення правил зберігання (складування у відкритих та пильних приміщеннях, в сирих підвалах і т.д.);
- високого штабелювання, що призводить до пошкодження тари та вантажів нижніх рядів під впливом ваги вище розміщених.

Недостача – зменшення кількості місць вантажу, прийнятого до перевезення, або зменшення маси навалочних, насипних та наливних вантажів. Недостача є наслідком недовантаження відправником, результатом несправності рухомого складу чи розкрадання.

Розкрадання – це недостача вантажів, що виявлена при:

- зриві, пошкодженні та слідах підробки пломб;
- слідах пошкодження та підробки пломб;
- пошкодженні кузова транспортного засобу (контейнера) таке, що можна було здійснити розкрадання вантажу;

- слідах насильницького пошкодження та розпечатанні тари вантажних місць;
- проломах складських приміщень;
- розкритті замків та зрив пломб з дверей складів;
- наявності пошкодження кріплення, захисної манкіровки та виїмок вантажу, що перевозиться на відкритому рухомому складі.

При перевезенні та зберіганні можливе *зменшення* вантажу.

Розрізняють наступні види зменшення:

- розпилення, вивітрювання та розтруска, що характерно для навалочних, насипних та порошкоподібних вантажів;
- втрата частини рідини або порошкоподібного вантажу через щілини кузова транспортного засобу, тари та т.п.;
- випаровування вантажу від недостатньої герметичності ємностей (характерно для спиртів, нафтопродуктів, ефірів);
- усушка – повне або часткове випаровування вологи, що міститься у вантажі.

Природне зменшення – це зменшення маси вантажу під впливом природних факторів в умовах нормального протікання технологічного процесу перевезення та зберігання. Її можна частково запобігти застосуванням спеціалізованого рухомого складу, відповідної упаковки. Для ряду вантажів діють норми природного зменшення, які встановлені в правилах перевезення вантажів [17, 19].

13.2. Складання комерційного акту

Обставини, що можуть бути підставою для майнової відповідальності перевізника, відправників, одержувачів вантажу і пасажирів, засвідчуються комерційними актами або актами загальної форми. В іноземному порту ці обставини засвідчуються за правилами, що існують у даному порту.

Комерційний акт складається у випадках:

- 1) невідповідності між найменуванням, масою або кількістю місць вантажу або багажу в натурі і даними, зазначеними у перевізному документі;
- 2) пошкодження або зіпсування вантажу або багажу;

3) виявлення вантажу або багажу без документів, а також документів без вантажу або багажу;

4) повернення перевізнику викраденого вантажу або багажу.

При залізничних перевезеннях комерційний акт складається у тому числі при непередачі перевізником вантажу на залізничну колію незагального користування протягом 24 годин після оформлення документів про видачу вантажу – на вимогу вантажоодержувача [16, 17].

Строки складання комерційного акту:

– у шляху проходження – у добу виявлення обставин, що підлягають оформленню комерційним актом;

– при вивантаженні – у добу вивантаження;

– при передачі вантажу – у добу передачі;

– протягом наступної доби – якщо неможливо скласти раніше.

Перевізник, вантажовідправник і вантажоодержувач засвідчують в акті такі обставини:

а) невідповідність між найменуванням, масою і кількістю місць вантажу в натурі і тими даними, які зазначені у товарно-транспортній накладній;

б) порушення або відсутність пломб на кузові автомобіля або контейнері;

в) простій автомобіля у пунктах вантаження і розвантаження понад встановлені норми часу;

г) інші обставини (пошкодження упаковки, вантажу), які можуть служити підставою для матеріальної відповідальності сторін.

Правила складання комерційного акту [16, 17]:

– складається в 3 екземплярах;

– заповнюється без помарок, підчищень і виправлень;

– у комерційному акті повинний міститись точний і докладний опис вантажу, багажу й вантажобагажу й тих обставин, при яких він виявлений;

– при складанні комерційного акту про псування продовольчого або швидкопсувного вантажу до нього прикладається виписка з журналу температур;

– особи, що складають комерційний акт, відповідають за достовірність зазначених у ньому відомостей;

– комерційний акт підписує перевізник, а також вантажо-одержувач, якщо вони беруть участь у складанні комерційного акту.

Записи в акті засвідчуються підписами вантажовідправника (вантажоодержувача) і перевізника. Односторонні записи в акті як вантажовідправника (вантажоодержувача), так і перевізника вважаються недійсними.

Жодна із сторін не має права відмовитись від підписання акта. У разі незгоди зі змістом акта кожна із сторін має право викласти в ньому свою думку в рядку «Особливі відмітки» і засвідчити її підписом.

При відмові від складання акта або від внесення записів у товарно-транспортну накладну у випадках недостачі, псування або ушкодження вантажу акт складається за участю представника незацікавленої сторони.

Для засвідчення складання акта на вільному місці зворотного боку товарно-транспортної накладної записується дата складання і про що складений акт (наприклад: «Про недостачу місць», «Про порушення пломби» та ін.).

13.3. Умови страхування вантажів

Страховальником може бути особа, яка має страховий інтерес у даному вантажі: відправник та одержувач, фізична чи юридична особа. Страховиком в Україні може бути лише страхова компанія, що одержала ліцензію Укрстрахнагляду та має право здійснювати цей вид страхування згідно з її установчими документами.

Об'єктом страхування вантажів є вантаж, перевезення якого зумовлюється економічними взаємовідносинами сторін.

Умови страхування вантажів визначаються правилами страхування, що розробляються індивідуально кожною страховою компанією. Переважно різниця між правилами різних страхових компаній полягає у визначенні обсягу відповідальності.

Умови страхування вантажів, що перевозяться авіа та наземними видами транспорту, базуються на правилах морського страхування (CARGO), що сформувалися значно раніше. Відмінність полягає у визначенні специфічності ризиків, які виникають у разі експлуатації цих засобів перевезення.

У світовій практиці широко застосовується поліс Ллойда з перевезення вантажів наземним транспортом (Lloyd's goods in transit policy), що при бажанні може включати і страхування відповідальності вантажоперевізника. За ним вантажі страхуються від втрати та збитку на умовах «з відповідальністю за усі ризики» на період перевезення й термін зберігання на складі до 72 год, тобто «від складу до складу». Страховий поліс видається страховиком лише від свого імені і вступає в дію з моменту сплати страхувальником страхових премій.

За строком дії страхові поліси поділяються на рейсові, тобто вантаж страхується від одного пункту до іншого, та на визначений період часу. За умовами змішаного полісу страхування вантажу здійснюється одночасно за обома умовами.

Широке застосування як у зовнішньо-, так і внутрішньо економічних зв'язках набула особлива форма – Генеральний поліс. За угодою зі страхувальником страховик зобов'язується протягом визначеного строку (як правило, рік) страхувати всі вантажі, що їх отримує чи відсилає страхувальник. Зручність полягає в тому, що за багаторазових поставок відпадає потреба оформляти поліс страхування за кожною окремою партією вантажу. Страховик несе відповідальність за всі вантажі, що підпадають під страхування в разі, коли страхувальник заповнив заяву на страхування вантажу і страхові премії перераховані вчасно. Окрім строку дії, у генеральному полісі зазначаються обсяг та межа відповідальності страховика, інші спеціальні умови.

Вантаж приймається на страхування в сумі, заявленій страхувальником. Страхова сума має відповідати дійсній страховій вартості вантажу, але на практиці страхова сума нерідко не збігається з дійсною вартістю страхового інтересу, що може призвести до непорозумінь та суперечок під час ліквідації збитків. У таких випадках користуються статтею 251 «Кодексу торговельного мореплавства», згідно з якою, якщо страхова сума була заявлена нижчою від дійсної вартості страхового інтересу, страховик відповідає за збитки пропорційно до відношення страхової суми до страхового інтересу. Якщо зазначена в договорі страхування сума перевищує страхову вартість, то договір

вважається не дійсним у тій частині страхової суми, що перевищує страхову вартість страхового вантажу.

Розмір ставок страхових премій залежить від інформації, що міститься в заяві страхувальника про укладання договору страхування вантажів, а саме:

- виду вантажу (точна назва, тип пакування, число місць та вага);

- виду транспортного засобу (наприклад, при морському перевезенні - назва судна, рік побудови, тоннаж);

- способу відправлення вантажу (у трюмі, на палубі, навалом, наливом, насипом, у контейнерах);

- маршруту (пункт відправлення, перевантаження, призначення транспортного засобу);

- вартості вантажу;

- типу обсягу страхової відповідальності (умов страхування).

Зауважимо, українські страхові компанії додержують такої думки: найбільшою є ймовірність крадіжки вантажу, а найменшою - ймовірність його загибелі під час аварії.

Фактор крадіжки є настільки суттєвим, що, наприклад, у згаданому полісі Ллойда з перевезення вантажів наземним транспортом обумовлюється непокриття збитків у разі крадіжки, якщо вантаж було залишено без догляду. Страхове покриття буде виплачене за умови, що крадіжка була здійснена вночі (з 18.00 до 6.00) з вантажівки, яка перебувала в замкненому гаражі або на спеціально освітленому майданчику при діючій системі сигналізації або вдень при діючій системі сигналізації та вжитих заходах попередження за відсутності водія.

У країнах з високим ступенем кримінальності ризик крадіжки вантажу при перевезенні автотранспортом є дуже високим. Серед європейських країн Італія відрізняється найістотнішим ступенем ризику крадіжки. Тут широко застосовується захоплення вантажу з водієм (hi-jacking).

Слід пам'ятати, що страхові компанії не відшкодовують збитків від пошкодження вантажу за відсутності зовнішніх пошкоджень транспортного засобу, контейнера або тенту чи за наявності цілої пломби. Причиною таких збитків може бути лише

неправильне розміщення вантажу. Відповідальність за порушення правил навантаження несе перевізник, а не страховик.

Завдяки усуненню митних бар'єрів у рамках ЄС значно зросли митні вимоги щодо вантажівок поза його кордоном. Це призводить до тривалих простоїв на шляхах біля митниць, а отже, і до зростання ризику крадіжки. Зі збільшенням розмірів вантажівок зростає вартість вантажів, що перевозяться, а відповідно, й суми збитків у разі їх втрати. Для організованої злочинності крадіжка вантажу з автотранспортного засобу є найзручнішою. Саме тому перевезення цим видом транспорту найризикованіші, а тарифні ставки - найвищі.

Одним із факторів, що можуть істотно вплинути на розмір тарифу, є наявність чи відсутність охорони під час перевезення вантажу. Перевага надається охоронним агентствам. Як доводить практика, пограбування автомобілів, що мають охоронний супровід, трапляються дуже рідко. Крім того, при настанні страхового випадку відомості, які дасть охоронець як свідок, беруться до уваги як міліцією, так і страховиком.

При морських та авіа перевезеннях ризик крадіжки, пошкодження чи втрати вантажу є найістотнішим під час навантажувально-розвантажувальних робіт та перебування вантажу на складі. Нерідко вантаж або його частину викидають з люка літака під час зльоту.

Першочерговим критерієм оцінювання вантажу при перевезенні є визначення його типу, оскільки кожний тип вантажу схильний піддаватися певним імовірним ризикам, що зумовлюється його характеристиками. Так, горіхи, зерно, кава, цукор схильні до підмочування, псування в умовах підвищеної вологості, пошкодження комахами та гризунами; бавовна – забрудненню іншими вантажами, а також до вибуху при перевищенні припустимого рівня густини пилу у трюмі, а заморожене м'ясо – до псування при перевантаженнях у порту чи у результаті псування, ламання рефрижераторних машин.

Статистика показує, що найбільша кількість аварій відбувається з морськими суднами віком понад 15 років, причому перше місце за часткою аварійності посідають танкери, газовози, ролкерні судна (ROLL – ON, ROLL – OFF, RO – RO), рудовози.

Найбільше втрат та аварій морських суден припадає на судна під прапорами Ліберії, Панами, Кіпру, Гібралтару, Греції, Сен-Вінсента та Маршалових островів, де вимоги щодо забезпечення безпеки плавання нижчі за загальноприйняті у світі.

Розмір збитку, що стався внаслідок страхової події, визначається представником страховика за участю страхувальника. Згідно з поширеним у світовій практиці порядком представниками страхових компаній є аварійні комісари.

Страховання вантажів залишається найбільш розробленим та традиційним видом. Він постійно розвивається та вдосконалюється, вишукуючи нові модифікації, що мають на меті якнайповніше задовольнити потреби всіх зацікавлених сторін ринкового процесу господарювання. фактичних збитків.

13.4. Специфіка страхування вантажів при експортно-імпортних операціях

Сьогодні при виконанні міжнародних перевезень застосовуються два види страхування: обов'язкове і добровільне. Метою страхування зовнішньоторговельних вантажів є покриття збитків, що можуть виникнути внаслідок часткової втрати, ушкодження або повної втрати товарів при доставці їх від вантажовідправника до вантажоодержувача. Послугами страхування користуються також і перевізники – для відшкодування втрат через аварії на транспорті. За договором транспортного страхування вантажу страхова організація зобов'язується за певну плату (страхову премію) при настанні зазначених у договорі небезпек або випадків, яких зазнає вантаж, відшкодувати страхувальнику (власнику вантажу), на користь якого укладений договір, завданий збиток.

Об'єктом транспортного страхування може бути як сам вантаж, так і майнові інтереси, юридично пов'язані з перевезенням вантажу (наприклад, очікуваний прибуток і комісія, фрахт та інші витрати, пов'язані з перевезенням). Страхувальником може бути власник вантажу, заставаутримувач, перевізник. Страхові компанії здійснюють страхування вантажів, які перевозяться автомобільним, залізничним, річковим, морським, авіаційним транспортом, а також які перебувають у проміжному складському зберіганні. На

страхування приймаються вантажі будь-якої групи: промислові; продовольчі; твори мистецтва та антикваріат; вироби з дорогоцінних металів та каменів; грошові знаки та цінні папери тощо.

Договір страхування укладається на основі письмової заяви страхувальника. У заяві мають бути зазначені:

- інформація про вантаж (вид, вага, число місць, вид пакування);
- вид транспорту;
- спосіб перевезення (поштучно, у пакетах, у контейнерах);
- час відправлення вантажу, перевізні документи;
- страхова сума вантажу, умови страхування.

При укладанні договору страхування в ньому вказуються «події» і «небезпеки», при настанні яких збитки відшкодовуються страхувальнику. Договір страхування вантажу вважається укладеним із моменту, коли страхова організація видала за своїм підписом документ – страховий поліс, а страхувальник оплатив страхову премію. Страховий поліс має бути виписаний на умовах, які точно відповідають умовам страхування, зазначеним в акредитиві.

Правилами транспортного страхування вантажів при міжнародних перевезеннях передбачається три види умов страхування:

1. «З відповідальністю за всі ризики». Ця умова страхування є найповнішою. Відшкодуванню підлягають:

- всі збитки від пошкодження чи повної втрати усього або частини застрахованого вантажу;
- усі необхідні й доцільні витрати на рятування і збереження вантажу та з запобігання подальшим його ушкодженням.

Не відшкодовуються збитки внаслідок:

— будь-яких воєнних дій чи військових заходів і їх наслідків, пошкодження чи знищення мінами, торпедами, бомбами й іншими знаряддями війни; піратських дій, а також унаслідок страйків, конфіскації, реквізиції, арешту;

— прямого чи непрямого впливу атомного вибуху, радіоактивного зараження, пов'язаного з будь-яким застосуванням атомної енергії і використанням матеріалів, що розщеплюються;

—умислу чи грубої необережності страхувальника чи його представника, а також унаслідок порушення встановлених правил перевезення, пересилання і збереження вантажів;

—впливу температури, трюмного повітря чи особливих і природних властивостей вантажу, включаючи усушку;

—упакування вантажів з порушенням стандартів і відправлення вантажів в ушкодженому стані;

—пожежі чи вибуху внаслідок навантаження з відома страхувальника чи його представника, але без відома страховика самозаймистих і вибухонебезпечних речовин і предметів;

—нестачі вантажу при цілісності зовнішнього упакування;

—ушкодження вантажу хробаками, гризунами, комахами.

Страхування від цих ризиків здійснюється окремо шляхом сплати додаткового внеску.

Поліс «З відповідальністю за всі ризики» забезпечує покриття «збитків за загальною аварією».

Під *аварією* зазвичай прийнято розуміти будь-яку подію, що може відбутися із судном у морі: зіткнення суден, пожежа або вибух на судні, посадка судна на міліну, викид на берег тощо. Морське право надає слову «аварія» іншого значення, тобто розглядає не сам випадок аварії, а збитки і витрати, заподіяні цим випадком в ході здійснення морського підприємства. «Аварія» у страховій справі – часткова втрата або пошкодження, а «загальна аварія» – часткова втрата або пошкодження основного вантажу судна, що викликано діями капітана (у загрозовій ситуації) для врятування всього судна.

Морське право поділяє збитки, що виникли під час морського перевезення, на збитки загальної аварії і окремої (часткової) аварії – усе, що не зараховують до загальної аварії. Аварія зветься «загальною» тому, що збитки, які виникли, розподіляються між усіма учасниками морського підприємства: судном, вантажем і фрахтом пропорційно їх вартості.

Збитки за загальною аварією – збитки, понесені внаслідок зроблених навмисних, доцільних і надзвичайних витрат з метою врятування судна, фрахту і вантажів, що перевозяться на судні, від загальної для них небезпеки. *Навмисні витрати* – це витрати не випадкові, а обґрунтовані свідомими діями капітана чи інших

відповідальних осіб. Під розумними витратами розуміють навмисні витрати, виправдані обставинами, що склалися. *Надзвичайними витратами* вважаються витрати, не пов'язані з експлуатаційними витратами перевізника за договором перевезення. Навмисні, доцільні і надзвичайні збитки мають впливати з інтересів порятунку всього морського підприємства (судно, фрахт і вантаж) від небезпеки, що йому загрожує.

До загальної аварії належать:

— збитки, спричинені викиданням за борт вантажу або обладнання судна, а також збитки від пошкодження судна або вантажу під час вжиття заходів загального рятування, зокрема внаслідок проникнення води в трюми через відкриті для викидання вантажу люки або інші зроблені для цього отвори;

— збитки, заподіяні судну або вантажу під час гасіння пожежі на судні, включаючи збитки від здійсненого з цією метою затоплення судна, що загорілося;

— збитки, заподіяні навмисною посадкою судна на мілину і зняттям такого судна з мілини;

— збитки від пошкодження двигунів, інших машин або котлів судна, що знаходиться на мілині, заподіяні намаганням зняти судно з мілини;

— надзвичайні витрати, пов'язані з перевантаженням вантажу, палива або предметів постачання із судна в ліхтери, з найманням ліхтерів та із зворотним завантаженням на судно, здійснені у разі посадки судна на мілину;

— збитки від пошкодження або загибелі вантажу, палива або предметів постачання, заподіяні переміщенням їх на судні, вивантаженням із судна, зворотним завантаженням і укладанням, а також під час зберігання у тих випадках, коли самі витрати на виконання цих операцій визнаються загальною аварією;

— витрати, зроблені з метою отримання допомоги як за договором про рятування, так і без нього, тією мірою, якою рятувальні операції здійснювалися з метою запобігання небезпеці для судна, фрахту і вантажу;

— збитки від забруднення навколишнього природного середовища, яке виникло внаслідок загальної аварії;

— втрата фрахту, спричинена втратою вантажу, у тих випадках, коли втрата вантажу відшкодовується в порядку розподілу загальної аварії, при цьому із фрахту виключаються витрати, що були б здійснені перевізником вантажу для його отримання, але внаслідок пожертвування зроблені не були.

2. «З відповідальністю за часткову аварію». За цієї умови страховик відшкодовує збитки, що виникли з визначених причин, зокрема: збитки від ушкодження або повної загибелі усього або частини вантажу внаслідок дії вогню, блискавки, бурі або іншого стихійного лиха, аварій транспортних засобів, провалу мостів, вибуху тощо; збитки від ушкодження або повної загибелі усього або частини вантажу внаслідок нещасних випадків при навантаженні, укладанні, розвантаженні вантажу, прийомі судном палива.

Усі збитки, що не підпадають під загальну аварію, визнаються окремою (незагальною) аварією. Вони не підлягають розподілу між судном, вантажем і фрахтом. Їх несе той, хто їх зазнав, або той, на кого покладається відповідальність за їх спричинення. За договором страхування, укладеним на цих умовах, відшкодовуються:

— збитки від ушкодження або повної загибелі всього чи частини вантажу, заподіяні пожежею, блискавкою, бурею, вихром та іншими стихійними лихами, загибеллю чи зіткненням потягів, суден, літаків та інших перевізних засобів, посадкою судна на мілину, провалом мостів, вибухом, ушкодженням судна льодом, підмоченням забортною водою, аварією принавантаженні, укладанні, вивантаженні і прийомі судном палива, а також внаслідок заходів, вжитих для рятування або для гасіння пожежі;

— збитки внаслідок пропажі транспортного засобу безвісти;

— збитки від ушкодження або повної загибелі усього чи частини вантажу в результаті нещасних випадків при навантаженні, вивантаженні та прийомі судном палива;

— збитки, витрати і внески, спричинені загальною аварією;

— усі необхідні і доцільно зроблені витрати з порятунку вантажу.

Страхова компанія відшкодовує:

— збитки від повної втрати усього чи частини вантажу, заподіяні пожежею, блискавкою, бурею, вихром або іншими стихійними лихами, загибеллю чи зіткненням потягів, суден, літаків

та інших перевізних засобів, посадкою судна на мілину, провалом мостів, вибухом, ушкодженням судна льодом, підмоченням забортною водою, аварією при навантаженні, укладанні, вивантаженні і прийомі судном палива, а також внаслідок заходів, вжитих для рятування або для гасіння пожежі;

— збитки внаслідок пропажі транспортного засобу безвісти;

— усі необхідні і доцільно зроблені витрати з рятування і збереження вантажу, а також із запобігання подальших його ушкоджень.

Пред'являючи вимогу страхового відшкодування, страхувальник зобов'язаний документально довести свій інтерес у застрахованому вантажі (майні), наявність страхового випадку, розмір своїх претензій відповідно до збитків. Заявляючи претензію, страхувальник повинен представити в страхову компанію (агентство) комплект претензійних документів:

– оригінал страхового поліса;

– оригінал коносаменту, чартеру або накладної;

– інвойс(рахунок-фактуру);

– документи, що підтверджують наявність страхового випадку: аварійний сертифікат, акт повідомлення, акт експертизи, морський протест, виписку із судового журналу з обов'язковою вказівкою причини страхового випадку;

– розрахунок збитку, документально обґрунтований актами експертизи.

Страхувальнику необхідно чітко дотримуватись терміну пред'явлення претензії і документів, що додаються до нього. При втраті вантажу страховий поліс має бути поданий перевізнику не пізніше трьох днів із дня вивантаження вантажу з транспортного засобу. Огляд вантажу аварійним комісаром має бути проведений протягом десяти днів із моменту вивантаження вантажу. При проведенні зовнішньоторговельних операцій термін пред'явлення претензій складає:

— 1 рік – при експортних поставаннях;

— 6 місяців – при імпорتنних поставаннях із моменту встановлення страхового випадку.

Страхова сума визначається за взаємною домовленістю сторін у межах дійсної вартості вантажу на момент укладення договору

страхування або з її перевищенням відповідно до умов постачання вантажу.

Страховий тариф залежить від виду вантажу та транспортного засобу, що його перевозить, маршруту перевезення, обраних ризиків і перебуває в межах 0,2–1 % страхової суми .

Відповідальність страхувальника за договором страхування починається з моменту, коли вантаж прийнятий для перевезення зі складу або місця складування в пункті відправлення, якщо страховий платіж внесено вчасно. Триває відповідальність під час усього перевезення встановленим маршрутом, включаючи перевантаження та перевалки, продовжує діяти, якщо страховик змінює пункт призначення за умови попередження про це страховика і погодження додаткової премії та умов страхування.

Припиняється відповідальність, коли вантаж доставлено на склад або кінцеве місце складування в пункті призначення, або коли строк транзитного зберігання перебільшив 30 днів. Відповідальність залишається в силі при затримці вантажу з обставин, які не залежать від страхувальника, або відхилення від маршруту, примусового розвантаження, перевідправки або перевантаження, а також під час будь-якої зміни у зв'язку з використанням власниками транспорту своїх прав, які впливають з договору перевезення. При цьому страхувальник повинен одразу повідомити страховика для продовження договору страхування і встановлення додаткової премії.

При настанні страхового випадку, обумовленого дійсним страхуванням, обидві сторони мають право анулювати договір. Розірвання договору має бути оформлене письмово і направлене другій стороні не пізніше одного місяця після завершення переговорів про врегулювання збитків. Якщо розпорядження надається страхувальником, то воно може мати застереження про те, що анулювання договору набуває чинності відразу або пізніше, однак не пізніше фактичної дати припинення дії договору страхування.

Страхування закінчується при передачі права на вантаж, проданий в рахунок покриття збитків, які виникли в результаті страхового випадку. Якщо страхування перевезення будь-якого конкретного вантажу було укладено до моменту розірвання

договору страхування в цілому, таке страхування залишається в силі до закінчення строку дії страхового поліса. У всіх інших випадках договір страхування може бути розірваний відразу за бажанням однієї зі сторін. Якщо страхувальник розриває договір після перерахування страхового платежу на розрахунковий рахунок страховика до моменту початку строку дії поліса, то страховик повинен повернути страховий платіж на розрахунковий рахунок страхувальника за винятком комісійних.

Страхувальник має право за своїм бажанням розірвати договір у будь-який момент і вимагати повернення страхового платежу за період, який залишається до закінчення дії договору страхування за винятком витрат, які поніс страховик. Якщо вимоги страхувальника обумовлені порушенням страховиком умов договору страхування, останній повертає страхувальнику оплачений ним страховий платіж повністю. При достроковому розірванні договору страхування за вимогою страховика страхувальнику повністю повертаються оплачені ним страхові платежі.

Якщо вимоги страховика обумовлені порушенням страхувальником умов договору страхування, страховик повертає страхувальнику страхові платежі за час дії договору з урахуванням витрат, які він поніс. Повернені кошти виплачуються страховиком протягом 72 годин з дня дострокового припинення договору страхування.

При настанні страхового випадку страховиком або вповноваженою ним особою складається *страховий акт*. У разі необхідності страховик може зробити запит щодо відомостей, пов'язаних зі страховим випадком, у правоохоронні органи, банки, медичні заклади та інші підприємства, установи, організації, які володіють інформацією про обставини страхового випадку, а також самостійно з'ясувати причини і обставини страхового випадку, відповідно до умов укладеного договору призначити аудиторську перевірку або експертизу фінансового стану страхувальника. У разі пропажі вантажу разом з транспортним засобом страхове покриття здійснюється як при повній загибелі, якщо немає підстав вважати, що збиток трапився в результаті страхового випадку, не обумовленого чинним страхуванням. Транспортний засіб вважається таким, що пропав безвісти, якщо з часу очікуваного

прибуття пройшло 30 днів і до моменту заяви про претензії про нього не надійшло ніяких повідомлень.

Страхувальник повинен вжити всіх можливих заходів з урятування та збереження пошкодженого вантажу, а також забезпечити права на регрес до винної сторони, і протягом доби повідомити страховика. При цьому страховику надаються такі документи:

- акт огляду вантажу;
- оригінал договору страхування або страхового поліса;
- коносамент, накладна або інші перевізні документи;
- рахунок за збитками, специфікацію за збитками;
- документи, необхідні для здійснення права на регрес тощо.

Страхове відшкодування сплачується в межах страхової суми, виходячи з розміру прямих матеріальних збитків, заподіяних власнику вантажу внаслідок втрати або пошкодження вантажу, з урахуванням франшизи та інших умов договору страхування.

Якщо страхувальник отримав покриття від третіх осіб, то страховик покриває різницю між сумою, яка належить до оплати за правилами страхування, і сумою, отриманою від третіх осіб.

Страхувальник повинен при отриманні страхового покриття передати страховику всі наявні документи для здійснення права регресу. До страховика, який виплатив страхове покриття, переходить у межах цієї суми право регресу, яке страхувальник має до особи, котра несе відповідальність за збитки. Якщо страхувальник відмовляється від цих прав або здійснення регресу за його виною не можливе, то страховик звільняється від обов'язків сплатити страхове покриття, а в разі здійснення виплати страхувальник повинен повернути страховику отримане покриття.

Якщо від третіх осіб, які відповідають за перевезення вантажу, не можна вимагати покриття або в разі наявності у них відмови від прав регресу, то в таких випадках страховик звільняється від обов'язків виплатити компенсацію.

Страховик має право відмовити у сплаті страхового покриття, якщо страхувальник:

- повідомив неправильні дані про обставини, які мають суттєве значення для судження про страховий ризик;
- не повідомив страховику про суттєві зміни в ризику;

— не вжив заходів для врятування і збереження вантажу та не повідомив страховика у встановлені строки про страховий випадок;
— не надав документи, які підтверджують факт страхового випадку і необхідні для встановлення розмірів збитків.

Право страхувальника на пред'явлення претензій страховику обмежено строком позовної давності, яка встановлена законодавством України. Суперечки, які випливають з договору страхування, між страховиком та страхувальником вирішуються Господарським судом України або Морською арбітражною комісією.

Контрольні питання

1. Що відноситься до несхоронних перевезень вантажів?
2. Які виділяють причини несхоронних перевезень вантажів?
3. В яких випадках складається комерційний акт?
4. Хто може бути страхувальником?
5. Умови страхування вантажів.
6. Від чого залежить розмір ставок страхових премій?
7. В чому полягає специфіка страхування вантажів при експортно-імпортних операціях?

Література

1. Аникин Б.А. Коммерческая логистика: учеб./ Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 432 с.
2. Горбачев П.Ф., Дмитриев И.А. Основы теории транспортных систем: Монография. – Х.: Изд-во ХНАДУ, 2002. – 202 с.
3. Гриньов А.В. Конкурентоспроможність автотранспортного підприємства на ринку міжнародних вантажних перевезень: монографія/ А.В. Гриньов, Н.В. Пономарьова, Н.М. Пономарьова – Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. – Х. : ХНАДУ, 2009. – 116 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./ Общ. ред. и вступ. ст. Е.М.Пеньковой. М.: Прогресс, 1993 – 698с.
5. Миротин Л.Б. Основы маркетинга на грузовом автомобильном транспорте: Учебное пособие / Л.Б. Миротин, А.Г.Гольдин, А.В. Колик. МАДИ. – М., 1990. – 94 с.
6. Наумов В.С. Основы повышения эффективности экспедиционного обслуживания на автомобильном транспорте: Монография. – Харьков: ХНАДУ, 2010. – 144 с.
7. Организация коммерческой работы на автомобильном транспорте. / Л. Б. Миротин, А.В. Колик, А.Г. Гольдман, И.Э. – Под. ред. Л.Б. Миротина. Учебник для ВУЗов. – М.: Брандес, 1997. – 311с.
8. Сервис на транспорте: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ Под ред. В.М. Николашина. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.– 272с.
9. Смехов А. А. Основы транспортной логистики. – М.: Транспорт, 1995. – 197 с.
10. Смехов А.А. Маркетинговые модели транспортного рынка. – М.: Транспорт, 1998. – 120 с.
11. Сханова С.Э. Транспортно-экспедиционное обслуживание: Учеб. Пособие для студ. высш. учеб. заведений / С.Э. Сханова, О.В. Попова, А.Э. Горев. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 432 с.
12. Таха Х. А. Введение в исследование операций, 7-е изд.: Пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2005. – 912 с.

13. Транспортная логистика: Учебник / Под общ. ред. Л.Б. Миротина. – 2-е изд. – М.: Изд-во «Экзамен», 2005. – 512 с.
14. Сборник задач по общей теории статистики. Под ред. В.Е. Овсєенко. – М.: Статистика, 1978.
15. Шраменко Н.Ю. Теоретико-методологічні основи ефективного функціонування термінальних систем при доставці дрібнопартійних вантажів: Монографія – Харків: ХНАДУ, 2010. – 156 с.
16. Статут залізничного транспорту України. Постанова Кабінету міністрів України № 457 від 6.04.1998 р.
17. Правила перевезень вантажів залізничним транспортом
18. Статут автомобільного транспорту України
19. Правила перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні. Наказ Міністерства транспорту України № 363 від 14.10.1997 р.
20. Сарафанова Е.В. Грузовые автомобильные перевозки / Е.В. Сарафанова, А.А.Евсєєва, Б.П. Копцев /. – М.: ИКЦ «МарТ», 2006. – 480 с.
21. Горев А.Э. Грузовые автомобильные перевозки / А.Э. Горев / - М: Академия, 2004 – 288 с.
22. Вельможин А.В. Грузовые автомобильные перевозки / Вельможин А.В., Гудков В.А., Миротин Л.Б., Куликов А.В. – М.: Горячая линия – Телеком, 2007 – 560 с.
23. Луханін М.І. Технологічні процеси при залізничних контейнерних перевезеннях: Монографія/ М.І.Луханін, Г.І. Музикіна, П.В. Бєх, І.Л. Журавель. – Д.: «Свідлер А.Л.», 2009. – 120 с.
24. Наказ Міністра транспорту України від 20 серпня 2001 р. № 542 «Правила перевезення вантажів в універсальних контейнерах».
25. Левковець П.Р., Маруніч В.С. Міжнародні перевезення і транспортне право: Навч. посіб. для вищ. навч. закладів. — К.: Арістей, 2004. — 291 с.
26. Нагорний Є. В. Аналіз рівня конкурентноздатності транспортного підприємства за допомогою комплексної оцінки якості обслуговування/ Є. В.Нагорний, Н. Ю. Шраменко, О. В. Шраменко // Вісник Кременчуцького державного політехнічного університету. – Кременчук: КДПУ, 2006. – Вип. 2/2006 (37) частина 1. – С. 105 – 108

27. Нагорний Є.В. Моделювання функціонування каналів вантажопотоків доставки тарно-штучних вантажів автомобільним транспортом/ Є. В.Нагорний, Н. Ю. Шраменко, О. В. Шраменко // Вестник ХНАДУ. Сб. науч. трудов. – Харьков: ХНАДУ, 2003. – Вып. 22. – с. 7 – 10.
28. Нагорний Є.В. Методика вибору оптимальної стратегії поведінки суб'єктів транспортного ринку в умовах конкуренції/ Є.В. Нагорний, Н.Ю. Шраменко // Автомобільний транспорт. – Харків: ХНАДУ, 2006. – Вип.19 – С.127-132.
29. Нагорний Є.В. Підвищення ефективності організації перевезень у виробничо-транспортному комплексі/ Є.В. Нагорний, Н.Ю. Шраменко // Вісник ХНАДУ. Сб. наук. праць. – Харків: ХНАДУ, 2006. – Вип.32 – С.73-76.
30. Нечаев Г.И. Управление грузовой и коммерческой работой и грузозведение/ Г.И. Нечаев, Г.Ф. Бабушкін. – Луганск, 2002. – 567 с.
31. Перевозка экспортно-импортных грузов. Организация логистических систем. 2-е изд., доп. и перераб./ Под ред. А.В. Кириченко. – СПб.: Питер, 2004. – 506 с.
32. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. – СПб.: Вид. «Питер», 2000. – 160с.
33. Транспортне право України: Навч. посіб./ Демський Е.Ф., Гіжевський В.К., Демський С.Е., Мілашевич А.В.; За заг.ред. В.К. Гіжевського, Е.Ф. Демського – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 416 с.
34. Транспортно-експедиційне обслуговування підприємств та організацій в умовах ринку. Навчальний посібник/ Нагорний Є.В., Рибанов Г.Л., Черниш Н.Ю. – Харків: ХНАДУ, 2002 – с.107
35. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: Учеб. пособие для вузов / Р.А. Фатхутдинов. – М. ИНФРА – М., 2000. – 312 с.
36. Харитонов Є.О. Правове регулювання перевезень в Україні: Навчальний посібник/ Є.О. Харитонов, О.І. Харитонova, О.І. Сафончик та ін. / За ред. Є.О. Харитонova – Харків: Одиссей, 2006. – 560 с.
37. Шраменко Н. Ю. Методика підвищення конкурентоспроможності вантажного автотранспортного підприємства/ Н.Ю. Шраменко, Х.М. Гончарук // Вісник ХНАДУ. Сб. наук. праць. – Харків: ХНАДУ, 2008. – Вип. 42.

38. Інструкція з ведення станційної комерційної звітності. Затверджено наказом Міністра транспорту України від 04.06.2003 р. № 147 – К., 2007.

39. Нагорний Є.В. Транспортно-експедиційне обслуговування підприємств та організацій в умовах ринку. Навчальний посібник./ Є.В. Нагорний, Г.Л. Рибанов, Н.Ю. Черниш – Харків. ХНАДУ, 2002 – с.107.

40. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М.: Рус.яз., 1987. – 750 с.

41. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учеб. для вузов/ Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина. – 4-е изд. – М.: Информ. внедр. центр «Маркетинг», 2000. – 580 с.

42. Коваленко І.І. Методи аналізу якості: Навч. посібник / І.І. Коваленко, О.М. Дубовий, П.І. Бідюк, К.В.Кошкін, І.В. Баклан. – Миколаїв: НУК, 2004. – 208 с.

43. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг – Учеб. пособие/ И.М. Лифиц. – Н.: Юрайт – Издат., 2004. - 335 с.

44. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия/ Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова. – Х.: ХНЭУ, 2004 – 255 с.

45. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность ь/ М.Г. Миронов. – М.: Издательство „Альфа-Пресс”, 2004 – 160с.

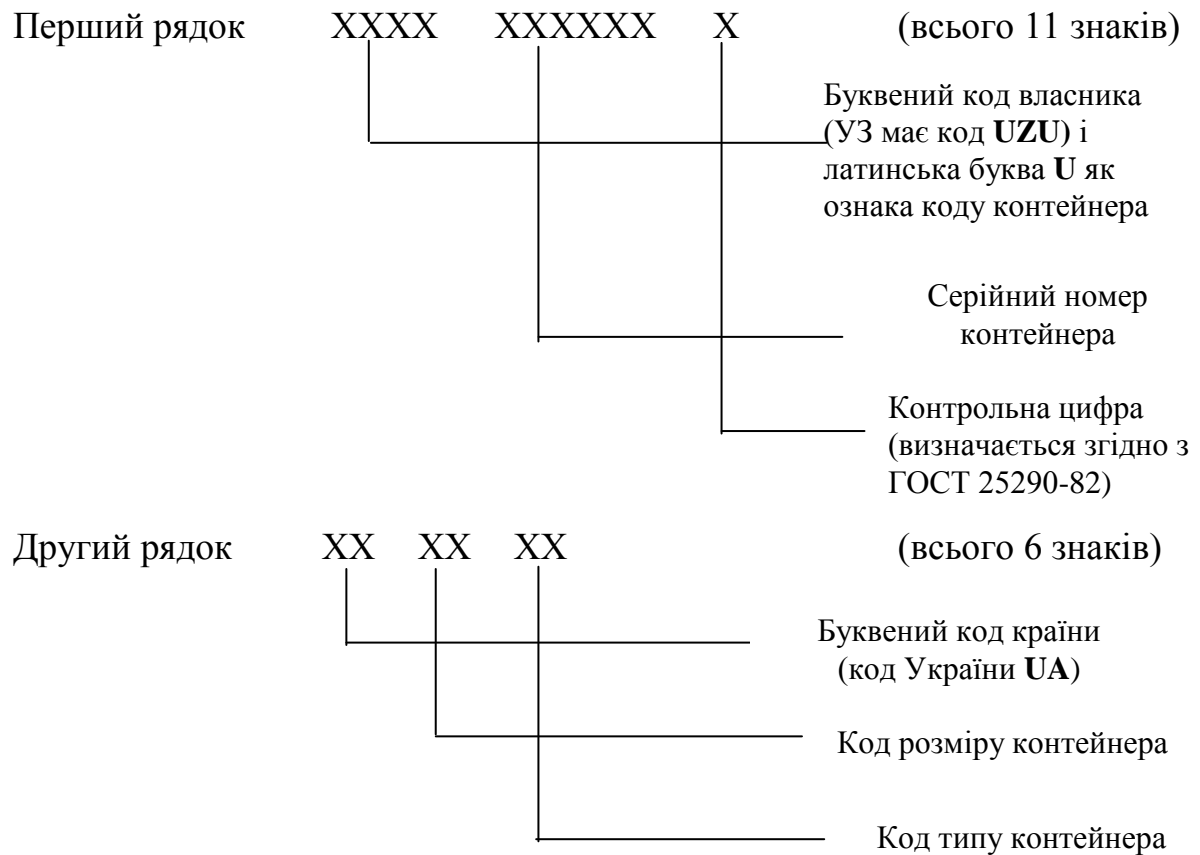
46. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства. Оцінка та стратегія забезпечення: монографія/ В.А. Павлова. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.

47. Абалонин С.М. Конкурентоспособность транспортных услуг/ С.М. Абалонин – М.: Академкнига, 2004 – 172 с.

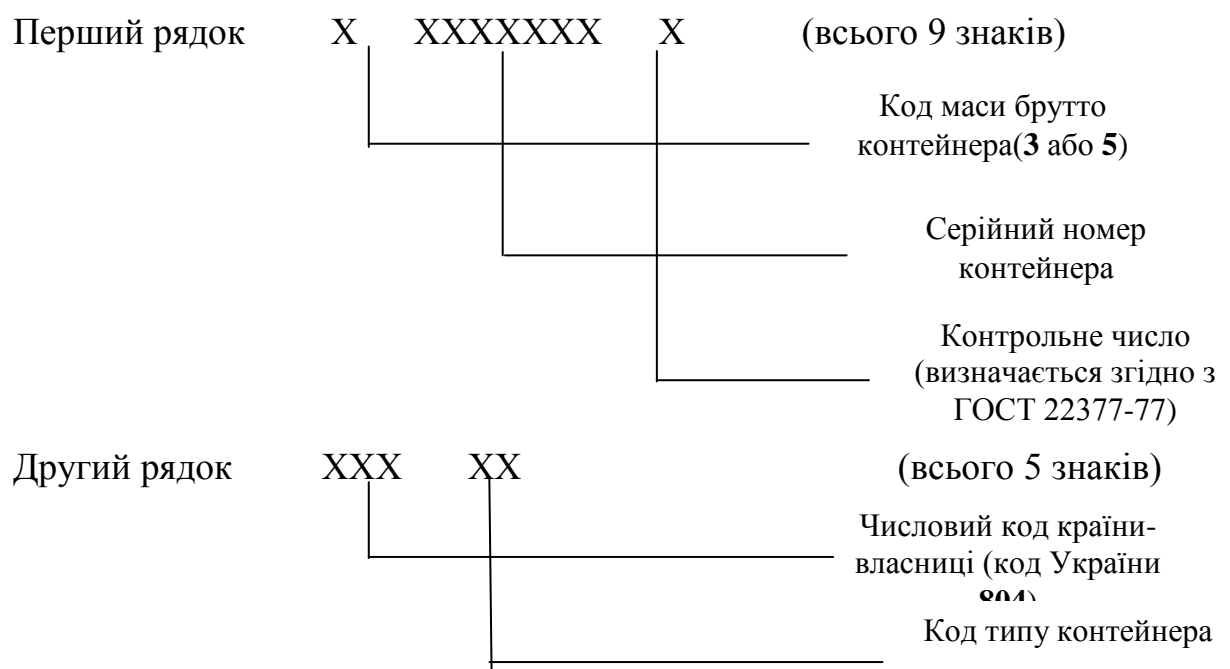
ДОДАТОК 1

СХЕМИ МАРКУВАЛЬНИХ КОДІВ УНІВЕРСАЛЬНИХ КОНТЕЙНЕРІВ

Великотоннажні контейнери



Середньотоннажні контейнери



Контейнер придатний для
перевезення вантажу _____
(найменування)

Вантажовідправник _____
(підпис, прізвище)

Пам'ятка № _____
про користування контейнерами
на надання контейнерів під навантаження (вивантаження)

Вантажовласник _____
(найменування)

Місце подавання _____
(найменування)

№№ контей- нерів	Число, місяць, години, хвилини			Час користування контейнером, год.	Примітки
	повідомлення про прибуття контейнера	постановка контейнера на автомобіль	повернення контейнера на контейнерний майданчик		
1	2	3	4	5	6

Контейнери прийняв _____
(підпис, прізвище)

Контейнери здав _____
(підпис, прізвище)

Здав прийомоздавальник залізниці _____
(підпис, прізвище)

Прийняв прийомоздавальник залізниці _____
(підпис, прізвище)

Пам'ятку проведено за відомістю плати за користування вагонами (контейнерами)

№ _____

Працівник станції _____
(підпис)

Станція _____ залізниці
Код платника _____

Форма ГУ- 46
(складається у трьох екземплярах -
по одному для ТехПД, станції і
вантажовласника)

Відомість плати за користування вагонами (контейнерами) № _____

Вантажовласник _____

(найменування за договором)

Відстань подавання в обидва кінці _____ км, локомотивом _____
(залізниці, під'їзної колії)

№№ вагонів	Найменування вантажу	Число, місяць, години, хвилини			Час користування		Власник, орендар	Час маневрової роботи (годин, хвилини)	Сплачено зборів			№ пам'ятки про користування вагонами	Примітки (причина звільнення від плати)
		подавання вагонів	повідомлення про готовність вагонів	забирання вагонів	загальний	у т.ч. за актами затримки			за подавання, забирання	за користування вагонами	за маневрову роботу		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

Всього нараховано _____ грн. Квитанція різних зборів № _____

Підпис начальника станції _____

Підпис вантажовласника _____

Пам'ятки про користування контейнерами форми ГУ-45к складаються на місцях загального та незагального користування.

Пам'ятки нумеруються з початку року окремо для кожної під'їзної колії, а на місцях загального користування – для кожного пункту навантаження, вивантаження, який обслуговується окремим прийомоздавальником.

У пам'ятці вказується назва підприємства, організації, установи, яким надаються контейнери, місце подачі, номери наданих контейнерів, дата і час про їх прибуття, постановки на автомобіль повернення та загальний час користування контейнером.

Пам'ятка складається в одному примірнику, підписується прийомоздавальником і представником вантажовласника два рази: перший раз при наданні контейнерів під навантаження або вивантаження, другий раз при закінченні навантаження або вивантаження.

Відмова представника вантажовласника від підпису пам'ятки оформляється актом загальної форми, який додається до пам'ятки.

Оформлені пам'ятки разом з письмовим повідомленням передаються до товарної контори для складання відомостей плати за користування контейнерами. Після внесення контейнерів, вказаних у пам'ятці, у відомість плати за користування контейнерами на пам'ятці вказується номер відомості, за якою проведена пам'ятка. Ця відмітка засвідчується підписом працівника, який склав відомість плати за користування контейнерами.

Відомість форми ГУ-46 складається на підставі пам'яток форми ГУ-45 і ГУ-45к, є документом обліку часу перебування вагонів (контейнерів) у пунктах навантаження (вивантаження) та нарахування підприємству, організації або установі плати за користування вагонами (контейнерами). На підставі відомостей форми ГУ-46 провадяться розрахунки за користування вагонами (контейнерами), подачу та забирання вагонів, маневрову роботу, виконану локомотивом залізниці.

Відомість форми ГУ-46 складається у трьох примірниках і надсилається до ТехПД. Два примірники відомості (другий і третій) з відміткою про стягнення платежів ТехПД повертає на станцію. Другий примірник вручається підприємству (організації, установі), а третій залишається у справах станції.

Відомості форми ГУ-46 нумеруються шістьма знаками. Перші два означають місяць, третій – п'ятиденку, за яку складаються відомості, три останні – порядковий номер відомостей для кожного відправника (одержувача) з початку року. На кожному примірнику відомості ставиться штампель станції та код платника, що присвоєно йому ТехПД.

У разі обслуговування під'їзної колії локомотивом залізниці відомості плати за користування вагонами (контейнерами) для контрагентів, які мають на під'їзній колії власні склади, при наявності із станцією договорів про подавання та забирання вагонів складається окремо.

Від підприємства (організації, установи) відомість форми ГУ-46 підписується уповноваженим на це працівником, який має доручення підприємства. Відмова представника підприємства (організації, установи) від підпису відомості оформляється актом загальної форми, який додається до відомості.

У разі подачі вагонів на під'їзну колію одержувачу (відправнику), який не є власником цієї колії, за наявності згоди на це власника колії, плата за подачу та забирання вагонів нараховується за відстань, зазначену у договорі про експлуатацію під'їзної колії або про подавання та забирання вагонів. Така згода має бути оформлена письмовою угодою власника колії з вантажовласником. У ній повинно бути обумовлено, хто (власник колії або вантажовласник) сплачує платежі за подавання, забирання вагонів,

за маневрову роботу та за користування вагонами. При згоді з умовами угоди начальник станції дає дозвіл на подачу вагонів на під'їзну колію. Один примірник угоди зберігається у справах станції.

При поверненні на під'їзну колію вагонів, не прийнятих залізницею від підприємства (не очищені від залишків вантажу, неправильно завантажені або мають інші комерційні несправності), ці вагони записуються у відомість повторно з поставлянням у графі "Найменування вантажу" відміток: "Під очищення", "Виправлення навантаження" тощо. Ці вагони знаходяться у користуванні підприємства до усунення несправностей.

ДОДАТОК 3

Опис
вантажів, завантажених в автомобільний контейнер N _____
Найменування вантажовідправника: _____

Дата завантаження: "___" _____ 20__ р.

N преис- куранта, артикул	Наймену- вання вантажу	Одиниця виміру	Сорт	Розмір	Кількість	Маса, кг	Ціна за місце, грн.
1	2	3	4	5	6	7	8

Підпис вантажовідправника, печатка

ОПИС
вантажів, що перевозяться з оголошеною вартістю,

за накладною № _____

Станція та залізниця відправлення _____

Станція та залізниця призначення _____

Відправник _____

Одержувач _____

Вид упаковки	Характерні ознаки кожного місця	Найменування предметів, упакованих в кожне місце	Кількість предметів	Оголошена вартість кожного предмета	Оголошена вартість кожного місця
1	2	3	4	5	6

Всього місць _____ на загальну суму _____

Підпис відправника _____

Календарний штемпель ст. відпр.

Опис прийнятий _____

(підпис працівника станції)

НАКЛАДНА ФОРМИ ГУ-29-к

(на перевезення вантажів в універсальних контейнерах
або на перевезення порожніх власних чи орендованих контейнерів)

УЗ 22		Місце для відміток і штампелів		Львівська залізниця (35)		1	
				НАКЛАДНА на перевезення вантажу у _____ контейнері			
№ _____		№ _____		№ _____		№ _____	
* Відомості про вагон		РІа	Номер	Вантажодіючі	Вантажна швидкість		
Станція і залізниця відправлення				Станція і залізниця призначення			
Відправник (повне найменування)				Одержувач (повне найменування)			
Його поштова адреса				Його поштова адреса			
Код платника							
Рахунок відправника № _____ у відділенні _____				м. _____ МФО _____ код ЄДРПОУ _____			
Кількість місць	Упаковка	Найменування вантажу		Маса вантажу разом з упаковкою, визначена відправником, кг	Тарифні відмітки		
					Група, позиція _____		
					Схема _____ Винят. тариф № _____		
					Вид відправки _____		
					Розрахунок платежів за _____ км	Коди	Грн.
						Коп.	
		РАЗОМ			При відправленні		
Кількість місць (протоком)		Маса вантажу		Провізна плата			
Маса вантажу (протоком)		Маса тари конт.		Навантаження			
		Маса бруто конт.		Разом при відправленні			
Платежі сплачено на станції відправлення за квитанцією різних зборів № _____ Товарний касир _____ (підпис розбірливо)				При видачі			
Відбитки на пломбі (ЗПП) _____ (відправника, експедитора, залізниці)				Додаткова провізна плата			
Оголошена вартість _____ грн. (протоком)				Вивантаження			
Правильність внесених у накладну відомостей підтверджую _____ (посада і підпис відправника розбірливо)				Навантаження			
Платежі сплачено на станції призначення за квитанцією різних зборів № _____ Товарний касир _____ (підпис розбірливо)				Зберігання за _____ діб			
За планом № _____ Завезення контейнера дозволено на _____ число _____ міс. Завантаження контейнера на вагон призначено _____ число _____ міс. (протоком) " " _____ 20 р. Начальник станції _____				Разом при видачі			
Вантажодісправник несе відповідальність за всі наслідки неправильності, неточності або неповноти відомостей, вказаних ним у накладній				* Відомості про вагон заповнюються при перевезенні за однією накладною повного комплексу контейнерів на адресу одного одержувача на одну станцію призначення. Номери контейнерів вказуються у графі під найменуванням вантажу			

Ф.ГУ-29-К

Лицьовий бік бланка накладної форми ГУ-29 К

<p>1. Контейнер за цією накладною прийнято</p> <p style="text-align: center;">“___” _____ р.</p> <p>Представник залізниці _____ (підпис розбірливо)</p> <hr/> <p>2. Відмітки про акти</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">Станція і залізниця складання акту (комерційного чи загальної форми)</th> <th style="width: 10%;">№ акта</th> <th style="width: 65%;">Про що</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 150px;"> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Станція і залізниця складання акту (комерційного чи загальної форми)	№ акта	Про що				<p>3. Заяви і відмітки відправника</p> <hr/> <p>4. Відмітки залізниці</p> <hr/> <p>5. Відмітки про видачу вантажу</p> <hr/> <p>6. Відмітка при завантаженні комплекту контейнерів на вагон засобами відправника.</p> <p>Навантаження і закріплення контейнерів на вагон здійснено згідно параграфами _____ розділу _____ Технічних умов правильно.</p> <p style="text-align: right;">_____ (посада та підпис відповідального працівника)</p>
Станція і залізниця складання акту (комерційного чи загальної форми)	№ акта	Про що					
<p>7. Накладна є договором перевезення вантажу і договором на заставу вантажу для забезпечення гарантій внесення залізниці провізної плати та інших платежів за перевезення (із ст.6 Статуту залізниць України)</p>							
<p>Календарні штампелі</p>							
<p>Приймання вантажу до перевезення</p>	<p>Вивантаження залізницею або подача під вивантаження засобами одержувача</p>	<p>Оформлення видачі вантажу</p>					

Зворотний бік бланка накладної форми ГУ-29 К

ЗМІСТ

Вступ

1 Основи комерційної роботи на транспорті

- 1.1 Загальна модель ринку транспортних послуг
- 1.2 Сутність комерційної роботи транспортних підприємств.
- 1.3 Види комерційної діяльності транспортних підприємств
- 1.4 Вимоги до персоналу комерційних служб транспортних підприємств.
- 1.5 Основні задачі комерційних служб транспортних підприємств.

2. Характеристика транспортних послуг

- 2.1 Особливості транспортної послуги.
- 2.2 Класифікація послуг транспортних підприємств.
- 2.3 Показники якості транспортних послуг
- 2.4 Типи транспортних підприємств та їх функції
- 2.5 Напрямки в сфері організації транспортних послуг

3 Нормативно-правова база комерційної діяльності на транспорті

- 3.1 Правові засади організації перевезень вантажів
- 3.2 Регулювання допуску до транспортного обслуговування.
- 3.3 Методичні основи проектування системи якості на транспортних підприємствах.
- 3.4 Сертифікація систем якості на відповідність стандарту ISO 9000.
- 3.5 Аналіз методик оцінки якості обслуговування транспортного підприємства

4 Особливості функціонування транспортних підприємств

- 4.1 Класифікація виробництв транспортних підприємств.
- 4.2 Продукція основного виробництва транспортного підприємства.
- 4.3 Загальні принципи організації роботи транспортних підприємств

4.4 Принципи моделювання процесів транспортного ринку
4.5 Визначення оптимального розміру партії вантажу та періоду постачання

5 Види договорів між вантажними транспортними підприємствами і споживачами транспортних послуг

5.1 Договір перевезення вантажів.
5.2 Договір транспортної експедиції.
5.3 Договір на організацію транспортного обслуговування.
5.4 Вибір оптимальної політики транспортної системи по обслуговуванню виробників продукції при обмеженні по провізним можливостям АТП та бюджету виробництва

6 Комерційна робота при організації збуту транспортних послуг

6.1 Види ринків
6.2 Ємність ринку
6.3 Сегментація ринків
6.4 Позичування послуг транспортних підприємств на ринках.

6.5 Вибір оптимальної політики транспортної системи по обслуговуванню виробників продукції при обмеженні експлуатаційних витрат

7 Вивчення потреб та прогнозування попиту

7.1 Схеми послідовного вивчення потреб індивідуального та виробничого характеру.

7.2 Методи обстеження транспортних потреб.

7.3 Прогнозування потреб та попиту.

7.4 Взаємодія суб'єктів ринку транспортних послуг.

7.5 Дослідження і аналіз ринку потенційних транспортних послуг технологічним методом

8 Стратегії маркетингу транспортних послуг

8.1 Життєвий цикл послуги

8.2 Концепції ринкової поведінки підприємств

8.3 Стратегії маркетингу по стадіям життєвого циклу послуги

8.4 Канали збуту транспортних послуг

8.5 Оптимізація параметрів каналів вантажопотоків доставки дрібнопартійних вантажів

9 Конкуренція та кооперація на транспорті

9.1 Види і форми конкуренції.

9.2 Державне регулювання конкуренції.

9.3 Методика аналізу діяльності конкурентів.

9.4 Кооперація підприємств в ринкових умовах.

9.5 Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності транспортних підприємств

10 Документальне оформлення доставки вантажів

10.1 Система транспортної документації за договором на перевезення вантажу

10.1.1 Транспортна документація на морському транспорті.

10.1.2 Транспортна документація на внутрішньому водному транспорті.

10.1.3 Транспортна документація на повітряному транспорті.

10.1.4 Транспортна документація на залізничному транспорті.

10.1.5 Транспортна документація на автомобільному транспорті.

10.2 Документація при міжнародних змішаних та комбінованих перевезеннях.

10.3 Особливості документального оформлення міжнародних перевезень вантажів на Україні.

10.4 Товаросупроводжувальна документація.

10.5 Організація документообігу.

11 Комерційна робота при прийомі, здачі та на шляху прямування вантажу

11.1 Підготовка вантажу до перевезення

11.2 Маркування вантажу

12.3 Ваги, їхня класифікація та способи визначення маси вантажу

11.4 Види відправок

11.5 Операції на шляху прямування вантажу

11.6 Переадресування вантажу

12. Світові та вітчизняні тенденції і перспективи контейнерних потоків

12.1 Аналіз та перспективи розвитку контейнерних перевезень

12.2 Вибір напрямку розвитку контейнерних потоків

12.3 Особливості функціонування контейнерної транспортної системи

12.4 Правила перевезення контейнерів

12.4.1 Правила перевезення контейнерів залізничним транспортом

12.4.2 Правила перевезення контейнерів автомобільним транспортом

12.5 Товаротранспортні документи

12.5.1 Товаротранспортні документи при перевезенні контейнерів залізничним транспортом

12.5.2 Товаротранспортні документи при перевезенні контейнерів автомобільним транспортом

12.6 Пломбування контейнерів

13. Комерційне оформлення несхоронності вантажів та страхування перевезень

13.1 Причини та характер несхоронних перевезень

13.2 Складання комерційного акту

13.3 Умови страхування вантажів

13.4 Специфіка страхування вантажів при експортно-імпортних операціях

Література

Додатки

Предметний покажчик

Навчальне видання

Є. В. Нагорний, Н. Ю. Шраменко, Г. І. Переста

КОМЕРЦІЙНА РОБОТА НА ТРАНСПОРТІ

Підручник

Відповідальний за випуск

В авторській редакції

Комп'ютерна верстка

План . Поз. .
Підписано до друку .2011 р. Формат 60×84 1/16. Папір газетний.
Гарнітура Times New Roman Cyr. Віддруковано на ризографі.
Ум.друк. арк. . Обл.-вид.арк. .
Зам. № /11. Наклад пр. Ціна договірна.

ВИДАВНИЦТВО

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

**Видавництво ХНАДУ, 61200, Харків-МСП, вул. Петровського, 25.
Тел. /факс: (057)700-38-64; 707-37-03, e-mail: rio@khadi.kharkov.ua**

*Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики, телебачення
та радіомовлення України про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції, серія ДК №897 від 17.04.2002 р.*