## УДК 658.6

### Д. Тюлебаева, А. Рыскулова

Казахстанско-немецкий университет, Алматы, Казахстан E-mail: Adiata666@mail.ru

## СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

**Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые стратегии и методы повышения конкурентоспособности транспортных компаний в Республике Казахстан, принимая во внимание их стратегическое положение и значимость в глобальной логистике. В условиях глобализации и быстро развивающейся экономики транспортные компании играют критическую роль в обеспечении эффективного функционирования рынка. Статья охватывает основные направления повышения конкурентоспособности, такие как оптимизация логистических процессов, повышение качества обслуживания, инвестиции в инфраструктуру, внедрение инновационных решений и развитие партнерских отношений.

Статья подчеркивает необходимость комплексного подхода для повышения конкурентоспособности транспортных компаний, а также предлагает научно-практические инструменты и методики для оценки и улучшения их рыночных позиций.

**Ключевые слова.** Kонкурентоспособность, логистика, оптимизация, рынок, современные технологии.

### Введение.

В условиях глобализации и стремительного развития экономики транспортные предприятия играют ключевую роль в обеспечении эффективного функционирования внутреннего и внешнего рынка. Республика Казахстан, как транзитная страна, имеет стратегическое положение, что создает дополнительные возможности для транспортных

компаний. Однако, чтобы использовать эти возможности в полной мере, необходимо повысить их конкурентоспособность. В данной статье рассмотрим основные методы и стратегии, которые могут способствовать этому.

### Материалы и методы.

1. Оптимизация логистических процессов
	1. Внедрение современных технологий. Современные информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) играют ключевую роль в повышении эффективности логистики. Внедрение систем управления транспортом (TMS), геоинформационных систем (GIS) и автоматизированных систем учета и планирования (ERP) позволяет улучшить мониторинг, планирование и координацию перевозок. Это снижает затраты, минимизирует ошибки и улучшает качество обслуживания клиентов [1- 4].
	2. Оптимизация маршрутов и расписаний. Использование аналитических инструментов для оптимизации маршрутов позволяет сократить время в пути и снизить расход топлива. Системы для расчета наиболее эффективных маршрутов и расписаний помогают избежать пробок, задержек и излишних расходов.
2. Повышение качества обслуживания
	1. Внедрение стандартов качества. Разработка и внедрение стандартов качества обслуживания клиентов помогут повысить удовлетворенность и лояльность. Это может включать в себя стандарты по времени доставки, уровню сервиса, состоянию транспортных средств и другим аспектам.
	2. Обучение персонала. Квалифицированный и мотивированный персонал является важным фактором в улучшении качества обслуживания. Регулярное обучение сотрудников, особенно водителей и логистов, позволяет им эффективно справляться с возникающими проблемами и улучшать взаимодействие с клиентами.
3. Инвестиции в инфраструктуру
	1. Обновление парка транспортных средств. Модернизация автопарка и внедрение новых технологий (например, электромобилей или гибридных транспортных средств) способствует снижению затрат на эксплуатацию и обслуживании. Новые транспортные средства также могут предложить более высокий уровень комфорта и безопасности для клиентов.
	2. Развитие терминалов и складских помещений. Развитие современной инфраструктуры, включая грузовые терминалы, складские комплексы и логистические центры, способствует улучшению обработки грузов и снижению времени простоя. Это позволяет ускорить процессы и повысить общую эффективность.
4. Разработка и внедрение инновационных решений
	1. Инновационные бизнес-модели. Адаптация и внедрение новых бизнес-моделей, таких как мультидоставки (мультимодальные перевозки), могут расширить возможности компании и привлечь новых клиентов. Инновационные модели, такие как партнерство с онлайн-платформами для заказа транспортных услуг, также могут улучшить конкурентоспособность.
	2. Экологические инициативы. Внедрение экологически чистых технологий и стратегий устойчивого развития становится все более важным аспектом. Транспортные компании, инвестирующие в экологические инициативы, могут не только снизить свои операционные расходы, но и привлечь клиентов, для которых забота об окружающей среде является важным фактором при выборе партнеров.
5. Развитие партнерских отношений
	1. Создание стратегических альянсов. Формирование партнерств с другими транспортными компаниями, логистическими провайдерами и клиентами может

способствовать расширению рынка и улучшению качества услуг. Совместное использование ресурсов и обмен опытом могут привести к значительным улучшениям.

* 1. Развитие международных связей. Укрепление связей с международными партнерами, участие в глобальных логистических сетях и альянсах может расширить возможности компании и повысить ее конкурентоспособность на международном уровне.

### Результаты и обсуждение.

В рыночных условиях детальное знание потребителей транспортных предприятий является актуально важным, но недостаточным условием для достижения успеха в деятельности, потому что на рынке есть конкуренты, которые за счет своих конкурентных преимуществ могут существенно ухудшать конечные показатели предприятий. Рынок без конкуренции нереален, поэтому серьезное внимание при изучении рынка транспортных предприятий должно уделяться анализу деятельности конкурентов и выбору методике [6]. Проблемы конкуренции и конкурентоспособности приходится решать всем субъектам рыночных отношений – от потребителя до производителя. Перспективность, достоинства конкуренции доказаны не только для потребителей, но и для производителей. Чем больше факторов конкурентной борьбы задействовано на рынке, тем больше шансов для предприятия, владеющего методами и подходами логистики и маркетинга, проявить себя с лучшей стороны и занять на рынке достойное место [1]. Многие же отечественные предприятия не имеют опыта в этом деле. Ответом на неспособность вывести свою продукцию на мировой рынок и стать конкурентоспособным на мировом рынке, является оптимизация существующих и разработка новых транспортных схем. Движущими силами происходящих на рынке изменений выступают конкуренция и растущие требования потребителей. Потенциал цепочки поставок можно реализовать только силами всех ее звеньев при помощи инновационных, информационных и коммуникационных систем, которые обеспечивают прозрачность на всех участках цепочки создания транспортной схемы доставки груза от поставщиков сырья до конечного потребителя. Для целенаправленного и эффективного управления предприятия необходимо иметь общие для всех подразделений предприятия показатели контроллинга интегрированных цепей поставок (транспортных схем) [7]. Подразделения предприятий, участвующие в оптимизации транспортных схем, находятся в состоянии конкурентной борьбы. Циклы обновления (инноваций) производства товаров и услуг становятся все короче, и быстрота реакции на изменяющиеся пожелания потребителей является определяющей для оптимизации транспортных схем доставки груза. Соединение организационных структур управления участников логистических систем в единую сеть предоставляет возможность разработки новых транспортных схем доставки грузов, обеспечивая конкурентное преимущество на рынке, учитывая все более короткие циклы разработки нового пути перевозки продукта [8]. Отличительными чертами логистических сетей являются: преодоление ресурсными и товарными потоками пространства во времени; концентрация всех подразделений предприятий на своем основном виде деятельности с использованием инновационных технологий. Оптимизация потоков сопровождается их интеграцией, рациональным взаимодействием, координацией участников подразделении с использованием методов логистики, разработанных в теориях потоков, распределения, массового обслуживания, формирования запасов, спроса и предложения и других рыночных теорий. Таким образом, поток инноваций по разработке транспортных схем, рассматриваемый с позиции логистики, является потоком регулирующих действий, направленных на разрешение противоречий, возникающих на рынке между спросом и предложением товаров и услуг в рамках конкурентной борьбы участников рынка путем установления равновесной цены. Активность действий продавцов и покупателей на рынке определяет характер конкуренции. Она может быть совершенной и несовершенной,

монополистической, а рынок может быть рынком продавца или покупателя. Рынок покупателя (потребителя) характеризуется равенством:

Р = S, (1)

где Р – равновесная цена товаров и услуг в условиях конкурентного рынка;

S – стоимость товаров и услуг. В этом случае равновесная цена может рассматриватьсякакспособизмерениястоимоститовараилиуслугирынком.

На рынке совершенной конкуренции каждый продавец и потребитель действуют не зависимо. Такой рынок является одновременно рынком покупателя и продавца, где стоимость является усредненной.

Р = Сmin, (2)

где Сmin – минимальныесредние издержки.

Стоимость товаров в условиях совершенной конкуренции определяется минимальными средними издержками Сmin. Для случая классической монополии при отсутствии конкуренции возникает неравенство:

Р > Cmin, (3)

Равновесная цена превышает стоимость и возникает монополистическая прибыль. Спрос определяется не только доходами потребителей, но и их индивидуальными вкусами и предпочтениями (возникает элемент элитарности). Образуется рынок покупателя, постепенно превращающийся в элитарный рынок, а между производителями идет непрерывная инновационная борьба за обладание такими предпочтениями. В этом случае действует неравенство:

Рmax > Cmin, (4)

где Рmax – высокая цена, которую потребитель согласен платить за свои предпочтения.

Согласие потребителя платить больше учитывается производителем, который пытается внести инновационные изменения в схему доставки товара с целью ускорения его доставки. Поэтому новая стоимость приобретает категорию инновационной стоимости. Инновационная стоимость выступает не как свойство отдельного товара, а как предпочтения потребителей, подкрепленные их доходами. Благодаря свойствам инновационной стоимости появляется возможность контролировать и регулировать инновационный поток, используя экономико-математические методы, с целью получения конкурентных преимуществ. В связи с этим, представляется целесообразным при управлении потоками ресурсов использовать методы сетевого планирования и управления (PERT). Последовательность использования методов сетевого планирования и управления в рамках логистики инновационных потоков (схем доставок) может быть следующей:

* определение количества ресурсных потоков, которые необходимо оптимизировать и oбеспечить их рациональное взаимодействие в процессе производства и распределения товаров и услуг;
* разработка сетевой модели движения ресурсов с учетом технологических и ресурсных связей; •определение затрат времени и ресурсов, необходимых для эффективности управления потоками;
* расчет критического пути от начала выполнения логистических операций до их окончания в рамках рассматриваемого процесса управления потоками ресурсов, определение параметров сетевой модели и превращение ее в сетевой график;
* оптимизация сетевого графика движения ресурсов;
* мониторинг движения ресурсов и контроль эффективности данного процесса. В дифференциальном методе оценка конкурентоспособности основана на применении единичных показателей, которые могут выражаться в трех различных видах: в виде фактического абсолютного значения оцениваемого свойства; в виде разницы между достигнутыми проектным его значением; в виде относительного значения величин рассматриваемых показателей конкурентоспособности. Дифференциальный метод не позволяет определить общий уровень конкурентоспособности. Он дает только ответ на вопрос, достигнут ли базовый уровень сравниваемых показателей. Наличие указанного недостатка дифференциального метода не позволяет решать сложные задачи системного характера, свойственные логистическому управлению и разрабатывать эффективные планы повышения уровня конкурентоспособности транспортного предприятия. Комплексный метод основан на применении обобщающего показателя уровня конкурентоспособности. Он имеет ряд преимуществ по сравнению с дифференциальным методом. Обобщающий показатель сравнивается с аналогичным показателем предприятия-лидера. Применение этого метода затруднено проблемой выбора способа расчета обобщающего показателя, который должен отражать сущность рассматриваемого явления в виденекой усредненной величины характеризующих его показателей. Считается, что наиболее приемлемой для усреднения является среднегеометрическая величина. Она дает наилучшее сглаживани и отвечает основному требованию квалиметрии: при любом единичном показателе, равном нулю, комплексный показатель обращается в нуль. В комплексном методе на основе среднего метрического усреднения позначения мединичных показателей определяются генеральные показатели параметров конкурентоспособности, на их основе рассчитывается комплексный показатель, изменяющийся в пределах от 0 до 1. Смешанный метод основан на объединении достоинств дифференциального и комплексного методов. В нем используются и единичные и комплексные показатели. При этом единичные показатели объединяются в группы, по которым рассчитываются комплексные показатели. Система обеспечения конкурентоспособности предприятия должна включать маркетинговый контур, логистический контур и контур контроллинга. Область пересечения этих контуров формирует базу для устойчивого функционирования предприятия. Таким образом, можно говорить о наличии постоянной обратной связи между системой транспортного обслуживания клиентуры и системами маркетинга, логистики и контроллинга на предприятии, которые во взаимодействии и взаимосвязи формируют систему конкурентоспособности предприятия. Для управления конкурентоспособностью продукции транспортного предприятия необходимо определить структуру системы оценочных показателей транспортного обслуживания. Структуру системы оценочных показателей предлагается рассматривать последующим направлениям: номенклатура, количество, сроки доставки, сохранность, стоимость, надежность обеспечения по объемам, качеству, времени, цене.

### Выводы.

Эффективные средства для повышения конкурентоспособности, которые, с одной стороны, отвечали бы сложившейся в республике рыночной ситуации и тенденциям ее развития, с другой стороны – особенностям оказания услуг. Таким образом, транспортным предприятиям для успешной работы на транспортном рынке, необходимо обеспечить надлежащую конкурентоспособность транспортных услуг. Изучение рассмотренных методик, получение научно-практических инструментов по управлению им позволит предприятиям повысить их конкурентоспособность.