

УДК 338.242.2
DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0033



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИТОРСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© Автор(ы) 2021
ORCID: 0002-9961-1957

ЛАЙЧУК Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры
международного маркетинга и торговли

КОВАЛЬ Александра Ивановна, магистрант, кафедра международного
маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, ул. Гоголя, 41, e-mail: Koval.sasha19@mail.ru)*

Аннотация. В настоящее время конкуренция считается основой функционирования и развития для предприятий. Из-за того, что конкуренция в транспортной сфере достаточно высока, компаниям требуется придумывать ранее не известные подходы к завоеванию рынка путем создания дополнительных конкурентных преимуществ. Главным фактором успеха любого предприятия является конкурентоспособность. На сегодняшний день разработаны разные методики оценки конкурентоспособности, но универсальной не существует. В данной статье проанализированы существующие подходы, методы, использующие для определения конкурентоспособности. Так же рассмотрена классификация методов оценки конкурентоспособности предприятий. При использовании продуктового метода в качестве показателя конкурентоспособности предприятия, средневзвешенное значение следует рассчитывать с помощью экономического и параметрического индексов. С учетом многообразия существующих инструментов определения конкурентоспособности их конечный выбор во многом определяет цели и задачи деятельности предприятия, размер и бюджет, выделяемый для подхода повышения конкурентоспособности. Изучение конкурентов и условий конкуренции в отрасли требуется предприятию в первую очередь для того, чтобы определить, в чем его преимущества и недостатки перед конкурентами, и на основании всего сделать выводы для выработки собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества.

Ключевые слова: конкурентоспособность транспортно-экспедиторского предприятия, методы оценки конкурентоспособности, преимущество и недостатки методов, методические подходы, подходы к повышению конкурентоспособности, возможности, угрозы, методы, оценка подходов, матричные методы, комплексные методы.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF A FREIGHT FORWARDING COMPANY

© The Author(s) 2021

LAICHUK Olga Vladimirovna, candidate of Economics, Associate Professor
at the Department of International Marketing and Trade

KOVAL Alexandra Ivanovna, postgraduate, Department of international
marketing and trade

*Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, 41 Gogol str., e-mail: Koval.sasha19@mail.ru)*

Abstract. Currently, competition is considered the basis for the functioning and development of enterprises. Due to the fact that competition in the transport sector is quite high, companies need to come up with previously unknown approaches to winning the market by creating additional competitive advantages. The main factor of success of any enterprise is competitiveness. To date, various methods of assessing competitiveness have been developed, but there is no universal one. This article analyzes the existing approaches and methods used to determine competitiveness. The classification of methods for assessing the competitiveness of enterprises is also considered. When using the product method as an indicator of an enterprise's competitiveness, the weighted average value should be calculated using economic and parametric indices. Taking into account the variety of existing tools for determining competitiveness, their final choice largely determines the goals and objectives of the enterprise, the size and budget allocated for the approach to improving competitiveness. The study of competitors and competition conditions in the industry is required by the company first of all in order to determine what its advantages and disadvantages are over competitors, and on the basis of all draw conclusions to develop its own successful competitive strategy and maintain a competitive advantage.

Keywords: competitiveness of a freight forwarding company, methods for assessing competitiveness, advantages and disadvantages of methods, methodological approaches, approaches to improving competitiveness, opportunities, threats, methods, evaluation of approaches, matrix methods, complex methods.

Постановка проблемы.

Конкурентоспособности предприятия можно представить, как показатель, дающий сопротивление конкурентам на рынке транспортно-экспедиторских услуг за указанный период [1,2]. Эффективности транспортно-экспедиторской компании, а также их конкурентов, определить можно сравнивая критерии. Главным элементом любой транспортной деятельности является - система движения грузов от грузоотправителя к грузополучателю.

Рассматривая анализ работы транспортно-экспедиторских компаний в конкурентной среде, было принято решение разработки методических подходов к оценке конкурентоспособности для дальнейшего использования этих результатов для принятия управленческих решений, обратившие свое внимание на улучшение позиций компаний на конкурентном рынке.

Формирование цели статьи.

Цель задачи повышения конкурентоспособности транспортной компании обусловлена усилением конкуренции на рынке транспортной экспедиции, приводящей к необходимости обеспечивать своевременную и качественную организацию перемещения товаров и услуг при сохранности груза и высококом уровне сервиса.

Понятие конкурентоспособности сложно и многогранно, и существует во множестве определений разных авторов, среди которых наиболее близко автору определение Маракулина М.В. «Конкурентоспособность – это способность компаний работать в динамичной конкурентной среде при удержании имеющихся конкурентных преимуществ, как минимум, в неизменном виде, а лучше – с положительной динамикой» [3].

Применив это определение к деятельности транспортно-экспедиторской компании, получим понимание того, что конкурентоспособность транспортно-экспедиторской компании – способность обеспечить своевре-

менную и качественную организацию доставки товаров и услуг при сохранности груза и высоком уровне обслуживания клиентов.

Оценка конкурентоспособности проведем на примере компании ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик». Компания оказывает логистические услуги полного цикла, включающие в себя грузоперевозки, железнодорожным и морским транспортом, а также мультимодальные перевозки.

Для определения уровня конкурентоспособности транспортно-экспедиторских компаний был разработан методический подход. Он был основан на изучении существующих методов оценки конкурентоспособности, среди которых самыми известными являются такие графические методы как построение многоугольника конкурентоспособности, построение матрицы Бостонской консалтинговой группы, матрицы SWOT-анализа и модели привлекательности рынка – преимуществ в конкуренции [4-11].

Перечисленные выше подходы не учитывают особенности деятельности транспортно-экспедиторских компаний. Такие особенности заключаются в выявлении факторов, влияющих на конкурентоспособность транспортно-экспедиторской компании. Оценка этих факторов и легла в основу составления методического подхода к повышению конкурентоспособности транспортно-экспедиторских компаний. Список таких факторов можно составить экспертным сообществом и предложить для определения степени их влияния на конкурентоспособность.

Этапом в изучении рынка конкурентоспособности грузоперевозок г. Владивостока стало проведение исследования среди компаний, являющихся потребителями транспортно-экспедиторских услуг.

На нашем примере экспертным сообществом были составлены анкеты с факторами и отправлены респондентам. После получения всех ответов эти факторы были проранжированы в соответствии с ответами потребителей, в дальнейшем для исследования было выбрано 10 наиболее популярных и им были присвоены веса, таблица 1.

Таблица 1 - Основные факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности транспортно-экспедиторской компании, по мнению потребителей транспортных услуг.

Отобранные критерии	Количество ответов (Q)	Вес критерия (K)
Выдерживание сроков транспортировки	21	0,147
Тарифная политика компании-перевозчика	18	0,126
Возможность отправки разными ж/д скоростями	15	0,105
Своевременное предоставление документации	15	0,105
Квалификация персонала	14	0,098
Возможность доставки сборных грузов	13	0,091
Возможность отслеживания отправленных грузов	13	0,091
Разнообразие направлений доставки товаров (широкая география)	12	0,084
Частота отправок	12	0,084
Наличие собственных складских площадей	10	0,070
Сумма	143	1

Среди самых важных были названы: выдерживание сроков транспортировки, тарифная политика компании, своевременное предоставление документации, возможность отправки разными маршрутами и ж/д скоростями, квалификация персонала.

На основе всех изученных данных была разработана методика комплексной оценки конкурентоспособности участников рынка грузоперевозок города Владивостока. Данная методика заключается в том, что при помощи различных критериев оценки считается рейтинговый балл компании на основе чего строится сам рейтинг конкурентоспособности [12-14]. Схематично весь алгоритм ее проведения изображен на рисунке 1.

На первом этапе необходимо определить объекты исследования, то есть предприятия, которые будут участвовать в оценке конкурентоспособности. Их выбор

обуславливает география деятельности, виды перевозок или конкретные виды услуг, в зависимости от целей и зада исследования.

1. Осуществление выборки среди транспортно-экспедиторских компаний

- определение географии деятельности компании (страна, регион, город)
- определение вида участника рынка грузоперевозок
- определение интересующей услуги или ряда услуг

2. Анализ деятельности отобранных транспортно-экспедиторских компаний

- принятие решения о проведении анкетного опроса для исследования услуг
- проведение исследования

3. Оценка отобранных компаний

- принятие решения о проведении анкетного опроса среди клиентов транспортных компаний
- проведение анкетного опроса среди клиентов транспортных компаний

4. Выбор критериев

- определение критериев на основе результатов анкетного опроса
- придание весов критериям на основе проведенного исследования

5. Оценка и анализ компаний по заданным критериям

- оценка отобранных компаний по выявленным критериям
- подсчет оценок по каждой компании
- вычисление баллов по каждой компании по заданным критериям
- вычисление общего рейтингового балла

6. Составление рейтинга конкурентоспособности компаний

Рисунок 1 - Методический подход к повышению конкурентоспособности транспортно-экспедиторской компании

На втором этапе нужно определить сроки проведения исследования, способ сбора и обработки данных, принять решение о начале исследования.

На третьем этапе нужно определить, понадобится ли исследование клиентов отобранных транспортных компаний, если да, то тоже утвердить сроки и инструменты исследования.

Следующим этапом алгоритма является выбор актуальных критериев оценки конкурентоспособности и придания им удельных весов для повышения точности полученных результатов. Это было сделано в работе после анализа ответов респондентов, поскольку эти вопросы были поставлены в их анкетах. Кроме полевых исследований динные были получены еще на основе экспертной оценки.

Заключительным этапом является оценка конкурентоспособности и разработка предложений по ее повышению.

Полученные в ходе полевых исследований данные были объединены с данными кабинетных исследований и была разработана комплексная методика оценки конкурентоспособности, позволяющая учесть разные факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности компании. Основой методики является расчет критерия потребительских предпочтений (D), критерий позиции компании на рынке (P), критерий комплексности предоставляемых услуг (C) и критерий удовлетворенности клиентов качеством услуг (S). Универсальность данного метода состоит в том, что в нем были использованы несколько научных методов исследования, такие как аналитический, интегральный, экспертный, в совокупности для достижения одной цели – составления рейтинга конкурентоспособности участников рынка грузоперевозок. Данный метод является наиболее эффективным из-за его объективности, так как рассматривает поставленный вопрос с разных сторон и учитывает мнение всех участников изучаемого процесса, рисунок 2.

Первый критерий – это «Критерий потребительских предпочтений». Он заключается в совокупной оценке клиентами, экспертами и аналитической оценке. Под экспертами здесь и далее подразумеваются лица компетентные в области грузоперевозок, но не заинтересованные в личной выгоде. Аналитическая оценка будет даваться только по тем критериям, по которым на основе

результатов деятельности компании, по которым можно дать оценку.

Критерий позиции компании на рынке рассчитывается на основе критериев, характеризующих компанию с точки зрения масштабы деятельности, т.е. по количеству сотрудников, продолжительности существования на рынке и т.д. Для его оценки было выбрано 5 критериев и распределены между ними веса согласно полученным данным.



Рисунок 2 - Комплексная методика оценки конкурентоспособности по выбранным критериям

Оценку компании по выделенным критериям будет проводиться аналитическим путем, т.е. будут анализироваться данные, полученные в ходе исследования деятельности компаний перевозчиков.

Критерий комплексности предоставляемых услуг характеризует компанию с точки зрения полноты возможных оказываемых услуг. Данный критерий не имеет составляющих, поэтому и его вес будет условно равен 1. Рассчитывается он на основе ответов из исследования компаний-перевозчиков, где они отмечали из предложенного ряда услуг те, которые они осуществляют, т.е. аналитическим путем.

Следующий критерий – это «Критерий удовлетворенности клиентов». Этот критерий рассчитывается на основе ответов в анкетировании клиентов. Им необходимо было по ряду предложенных критериев оценить по пятибалльной шкале компанию.

На основании всех данных был построен многоугольник конкурентоспособности ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик», который в графическом виде показывает, что есть критерии, над которыми нужно работать. Это критерий потребительских предпочтений, то есть узнаваемость компании на рынке и критерий удовлетворенности клиентов качеством предоставляемых услуг [15]. Этот критерий является относительно низким для всех компаний, но и ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» должен разработать направления по повышению этого критерия и превращение его в конкурентное преимущество.

Выводы и перспективы дальнейших исследований.

Рекомендациями по повышению уровня конкурентоспособности клиентов ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» является улучшение качества обслуживания клиентов компании. Оно основывается на налаживании грамотной работы при перевозках груза, а также введение CRM-системы чтобы снизить отток клиентов и повысить их лояльность.

Рекомендуется также ввести в работу компании процедуру регистрации и отслеживания отзывов клиентов для того, чтобы знать, что клиента устраивает, а что нет. Это в свою очередь необходимо для того, чтобы удерживать клиентов, увеличивать объемы перевозок, и как следствие увеличивать прибыль компании.

Рекомендуется каждый раз по окончании перевозки делать звонок и получать обратную связь о качестве обслуживания.

Разработанный методический подход рекомендована всем транспортно-логистическим компаниям, которые ставят перед собой цель повышения конкурентоспособности оказываемого ими сервиса. Регулярная оценка конкурентоспособности компании по выделенным критериям по разработанной методике даст возможность постоянно и объективно осуществлять контроль качества обслуживания клиентов транспортно-логистической компании, выявлять сильные и слабые стороны своей деятельности с целью принятия грамотных управленческих решений для улучшения каждого из показателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абаева Н. П. Конкурентоспособность организации / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина – Ульяновск: УлГТУ, 2018. – 259с.
2. Алтухова А. Т. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия / А. Т. Алтухова //– М.: Ника-Центр, – 2017.– № 9. – С.35-38.
3. Маракулин М.В. Управление компромиссами как фактор конкурентоспособности компании / М.В. Маракулин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – № 7.
4. Ветрова В.А., Фадеев С.И. Методы повышения конкурентоспособности организации в сфере торговли // Colloquium-Journal. 2019. №28-9 (52). С. 87-89.
5. Чуркина В., Сухова О.В. Применение метода SWOT анализа в исследовании системы управления организации // Научно-исследовательские публикации. 2016. №4 (36). С.72-76.
6. Сафронова Д.В., Тарасова Н.Е. Применение матрицы БКГ в портфельном анализе строительной организации // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы. 2016. №5. С. 69-78.
7. Бостоганашивили Е.Р. Методы оценки конкурентоспособности компаний (на примере розничных компаний США) // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 8А. С. 40-53.
8. Фетисова А.Ю. Конкурентоспособность предприятия: анализ и методы оценки // Студенческий. 2017. №3(3). С. 24-28.
9. Йосифов Т.П. Международная конкурентоспособность через развитие инновационного предприятия // Балканское научное обозрение. 2020. Т. 4. № 1 (7). С. 87-90.
10. Генералов И.Г., Сулов С.А. Методические подходы к оценке конкурентоспособности организаций // Вестник НГИЭИ. 2016. № 9 (64). С. 31-38.
11. Бармин М.А. Интеллектуальный капитал в оценке конкурентоспособности предприятия // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2016. № 3 (31). С. 202-211.
12. Бескоровайная С.А., Артемьева А.Б. Методика комплексной оценки конкурентоспособности медиаорганизации // Медиаэкономика 21 века. 17. №2. С. 69-74.
13. Тебекин Д.И. Комплексная методика оценки конкурентоспособности // Студенческий вестник. 2018. №10-4 (30). С. 14-17.
14. Алтухова А. Т. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия / А. Т. Алтухова //– М.: Ника-Центр, – 2017.– № 9. – С.35-38
15. Туева Н.В., Манохова А.А. Адаптация Многоугольника конкурентоспособности как метода анализа торгового ассортимента // Новая наука: теоретический и практический взгляд. 2016. №10-1. С. 197-201.

Статья поступила в редакцию 24.12.2020

Статья принята к публикации 27.05.2021