

К.А. Мурзабекова^{1,а}, К. Ходжаев^{1,б}

¹ М. Тынышбаев атындағы Қазақ көлік және коммуникация академиясы, Алматы қ., Қазақстан,
^аmkaken@mail.ru, ^бkosai_1@mail.ru

ЛОГИСТИКА КӨЛІКТІК ҚЫЗМЕТ НАРЫҒЫНДАҒЫ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІКТІ АРТТЫРУ СТРАТЕГИЯСЫ РЕТІНДЕ

Аннотация. В настоящее время необходимость преимущества в логистике диктуется стремлением повысить производительность и сохранить конкурентоспособность в условиях глобализации мировой экономики. Поэтому, не видя другого выбора, руководители промышленных и торговых компаний совершенствуют логистические операции.

Аңдатпа. Қазіргі уақытта, еңбек өнімділігін арттыру және жаһандану жағдайында әлемдік экономиканың бәсекеге қабілеттілігін қолдау ниетімен туындап логистика жәрдемақы қажеттілігі. Сондықтан, басқа ешқандай параметрді көріп, өнеркәсіптік және коммерциялық кәсіпорындардың басшылары логистикалық операцияларды жетілдіру.

Abstract. At present, the need for logistics advantage is dictated by the desire to increase productivity and maintain competitiveness in the context of the globalization of the world economy. Therefore, seeing no other choice, the leaders of industrial and trade companies are improving logistics operations.

Ключевые слова: конкурентоспособность, рынок услуг, стратегия, транспортная компания, глобализация

Түйінді сөздер: Бәсекеге қабілетті, нарықтық стратегия, көлік компаниясы, жаһандану.

Keywords: competitiveness, service market, strategy, transport company, globalization

Әлемдік нарықтың түрлі сегменттеріндегі қызметтердің кеңейген сайын өндірістік және сату операцияларын ұлттық шекарадан тыс жерлерде тиімді логистикалық қолдауы табысқа қол жеткізуде бірінші дәрежелі маңызға ие бола бастайды, өйткені, кешенді көпұлтты іс-шараларды жоғары кәсіби логистикалық басқарудың көмегімен ғана жүзеге асыруға болады. Нәтижесінде халықаралық операциялармен айналысатын фирмалардың кірісіндегі логистикаға жұмсалатын шығындар жоғарырақ болады. Міндеттердің күрделілігі, қысқа мерзімдер, қызмет көрсету сапасына жоғары талаптар қою, шетелдік сыртқы орта және т.б. – осының барлығы халықаралық логистика үшін әлеуетті шығын климатын тудырады. Осы жағдайлардағы табыс сатып алушылар мен сатушылар өздерінің өзара қарым-қатынастарында сүйенетін сенімді логистикалық желінің болуына байланысты болады. Басқаша айтқанда, халықаралық сахнада стратегиялық логистиканың кең тарауы үстемдік ететін ұзақ мерзімді үрдіс болып табылады [1,2].

Логистика логистикалық қызметтің тұтынушысы – өнеркәсіптік ұйымның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін негізгі элемент болып табылады. Логистиканың ұйымның жұмыс істеуін қолдау бойынша барлық іс-шаралары нарықты өндірісті оңтайлы ұйымдастыру, ақпаратты, өнімді және басқа да негізгі құндылықтарды пайдалану жолымен жаулап алуды қамтамасыз етуге бағытталған. Ол үшін ұйымның жұмысын икемді үйлестіру үшін және қызметтің жаңа түрлерін меңгеру қажеттілігіне оперативті жауап беру үшін оперативті басқару жүйесімен біріктірілген жоспарлау мен басқарудың кешенді жүйесі керек болады. Тиімді логистиканы құру оның ұйымның стратегиясымен келісілген стратегиясын әзірлеуді, оның объективті көлемдік бағалау жүйесін өңдеуді, шешуші факторларды анықтауды талап етеді.

Логистиканы бәсекеге қабілеттілікті арттыратын фактор ретінде қарастыру аталмыш саладағы қабылданатын шешімдердің салдары олардың тауарларды сатудан түсетін табыстар мен функционалдық шығындарға әсер ету тұрғысынан өлшене алатындай болуы тиіс деп топшыланады. Осыған байланысты, логистиканың фирманың негізгі экономикалық және қаржылық индикаторларымен байланысын неғұрлым дұрыс көрсете алатын көрсеткіштер мен шығындарды бақылау тәсілін табу міндеті өзектеледі. Белгілі болғандай, логистикалық шешімдердің салдарларының сандық параметрлерін анықтау айтарлықтай қиын. Бұған тек келесідей әдістемелік және техникалық сипаттағы шарттарды сақтауда ғана қол жеткізуге болады: жақсы пысықталған есептік-ақпараттық жүйенің болуы; «миссиялар» қағидасы мен шығындарды есептеудің бірыңғай әдістемесін қолдануға негізделген фирмалар мен логистикалық тізбектің барлық қатысушыларының құрылымдық бөлімшелерінің шығындары мен кірістерін кешенді талдауды жүргізу; фирманың жалпы пайдасындағы логистикалық қызметтен түскен пайданының үлесін анықтау.

Өзінің болмысы бойынша логистика басқарушылық тұжырымдаманы құрайды. Оны қолдану ауқымы мен түрлі элементтерді пайдалану қатынасы өнеркәсіп пен саудадағы операцияларға байланысты ауытқып отыруы мүмкін. Іс жүзінде бизнестің түрлері бойынша логистикалық басқарудың айқын стандарты да жоқ. Көп нәрсе оларды жүзеге асыратын жағдайларға және жекелеген кәсіпорынның корпоративті стратегиясына байланысты болады. Сонымен қатар, әрбір жағдайда есепке алынуы тиіс болатын инфрақұрылымға қатысты базистік талаптар бар. Олар қоймалық операциялар, көлік пен байланысты қамтиды. Өнеркәсіптік және сауда компанияларының пікірі бойынша олардың логистикалық басқаруының тиімділігіне ең қатты әсерді байланысты электрондық жүйелері көрсететінін айта кету қажет. Олардың ізінен көлік жүреді. 1-кестеде логистиканың тиімділігіне әсер ететін бірқатар факторлар келтірілген.

1-кесте. Логистиканың тиімділігіне әсер ететін факторлар

Факторлар	Факторлардың орташа мәні (1 – әсері жоқ, 5 – өте үлкен әсерге ие)		
	Өнеркәсіп	Сауда	
		Көтерме	Бөлшек
Компьютерлік қолдау	4,17	4,24	4,38
Уақытылы ақпарат	4,16	4,02	4,07
Өндірісті жоспарлау	4,04	3,67	3,44
Сатуды болжамдаудың дәлдігі	3,83	3,54	3,73
Жеткізушілердің тыңғылықтылығы (орындаушылық)	3,79	3,50	3,48
Қоймалық операциялардың өнімділігі	3,49	3,94	3,98
Көліктік шығындар	3,48	3,75	3,74
Клиенттермен байланыс	3,45	3,57	3,28
Даярланған персоналдың болуы	3,41	3,47	3,38
Бақылау әдістері	3,26	3,37	3,50
Жеткізушілермен байланыс	3,25	3,60	3,23
Көліктік маршруттар	3,24	3,44	3,35
Қызметтерді жеткізушілермен байланыс	3,13	3,03	3,06

Логистикалық концепцияны қару-құрал етіп алған және өзінің стратегиясын оның негізінде құрған фирмаларда тауарлар немесе қызметтерді сатудан түскен пайданың инвестицияланған капиталға қатынасын көрсететін көрсеткіштердің елеулі түрде жақсарғаны байқалады. Бұл ретте шығындардың азаюы мен компанияның нарықтағы үлесінің артуына байланысты болатын логистиканың екі түрлі мәні көрсетіледі.

Нарықтың кең ауқымына – азық-түліктік тауарлардан капиталды көп қажетсінетін өнімдерге дейін арналған логистика саласында жүргізілген зерттеулер өндіруші фирмалар мен делдалдар тұтынушыларға ұнамды қалаулылықты жағдайларды жасау үшін жеткілікті түрде кең мүмкіндіктерге ие екенін көрсетті. Алайда, бұл мүмкіндіктер тек логистиканың толық көлемде жұмыс істеуі нарыққа бағытталған жағдайда ғана жүзеге асырылуы мүмкін [3].

Логистиканың тауарларды сатумен байланысты шығындарға әсері айқын. Логистикалық тәсілдеме аясында аталған шығындарда тапсырыстарды өндеуге, жүктерді тасымалдау мен қоймалауға, қорларды басқару, буып-түю және сүйемелдеуші қызметке (қосалқы бөлшектермен қамтамасыз ету, сатудан кейінгі сервис) кететін шығындардан тұратын тапсырысты орындау бойынша шығындар жатады. Логистиканың фирманың нарықтағы жағдайын жақсартуға ықпалының айқындығы кем емес, бұл әдетте олардың ондағы үлесінің артуымен бағаланады және көбіне фирмалардың тұтынушыларға бәсекеге қабілетті қызмет көрсету деңгейін тиімді ұсынуға байланысты болады.

Логистикаға жұмсалатын шығындар статистикасы макроэкономикалық деңгейдегі үлкен рөлін білдіреді. Олар іргелі фискалдық және қаржылық мәселелерді шешуді білдіретін үлкен инвестициялық міндеттемелер ретінде көрініс табады. Озық логистикалық басқарудың арқасында қол жеткізілген экспорттың 10% өсімі өзінің мәні бойынша валютаның 10% құнсыздануына тең болуы мүмкін екені белгілі. Дегенмен, логистиканың макроэкономикалық рөлі көбіне жасырын болады, өйткені, ұлттық шоттар тиісті шығындардың түрлі элементтерін жеңіл анықтауға мүмкіндік бермейді. Мұндай жағдай көптеген елдерде орын алған. Бұл ретте ұлттық шоттарды өзгерту көбіне мүмкін емес, өйткені, корпоративті баланстар жалпы шығындарда логистикаға жұмсалатын шығындарды бөліп көрсетпейді. Сонымен, шығындардың тиісті есебін жүргізбей компанияларға кем дегенде логистиканы ұйымдастыруды оңтайландыру қиынға түседі. Осымен бізмезгілде дамушы елдер компаниялары өздерінің бәсекеге қабілеттілігін өзгеріп жатқан нарықтық жағдайлар мен клиенттердің талаптарын есепке алудың шектеулі қабілетінің салдарынан жоғалтып жату жағдайларының көбейіп кетуін байқауға болады. Бұл ретте олардың бизнестерін басқа дамушы елдердің нарықтық жағдайларға уақытылы бейімделуге қабілетті бәсекелестері алып кету жағдайлары көптеп кездеседі. Мысалы, үнді өнеркәсіп тауарларын экспорттаушыларының нарықтық үлесі басқа дамушы елдердің бәсекелестерінің белсенділігінің нәтижесінде біртіндеп төмендеп жатыр.

Осылайша, логистика фирмалардың пайдасы мен шығындары шоттарының әрбір қырына дерлік әсер етеді деп айтуға болады. Сондықтан, логистикалық стратегиядағы тиісті өзгерістер фирмалар қызметінің қаржылық нәтижелеріне әсер етеді және олардың ұзақ мерзімді өміршеңдігін қамтамасыз етуге өз үлесін қосады.

ӘДЕБИЕТТЕР

- [1] Абрамов А.П. и др. Маркетинг на транспорте. – М.: Желдориздат, 2001. – 329б.
- [2] Иловайский Н.Д. и др. Совершенствование транспортного обслуживания грузовладельцев. //Железнодорожный транспорт. – Сер. Маркетинг и коммерческая деятельность. Экспресс-инф., ЦНИИТЭИ. 1997. . 4-бас. – Б. 1-11.
- [3] Абгафоров В.А. Транспортные услуги: стандарты и показатели. //БТИ. №3, 2000.– Б. 22-25.