

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ-ЛИДЕРОВ МИРОВОГО РЫНКА ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Несмотря на кризисный спад, вызванный пандемией, долгосрочной тенденцией развития мирового рынка транспортно-логистических услуг является закономерное увеличение его объемов с годовым темпом роста от 4 % до 10 %. Прогнозируется, что уже в ближайшей перспективе в стоимостном выражении объем торговли в сегменте приблизится к 5,5 трлн долл.

Глобализация привела к усилению концентрации производства и капитала в транспортных отраслях: так, половина всего парка контейнеровозов в мире принадлежит всего 10 предприятиям, сам же мировой контейнерный парк распределен между девятью лизинговыми компаниями. Лидерами мирового рынка ТЛУ являются:

- США с объемом в 80–90 млрд долл. и долей 23 %;
- промышленно-развитые европейские страны – 19 %;
- Китай – с 15 % объема рынка.

Крупнейшими центрами логистических услуг в мире, помимо США, являются Германия, Япония, Великобритания, Нидерланды, Гонконг, Республика Корея. Согласно прогнозам специалистов, в будущем основными игроками на мировом рынке транспортных и логистических услуг будут страны Азиатско-Тихоокеанского региона и Латинской Америки.

На современном мировом рынке транспортно-логистических услуг оперируют пять типов логистических компаний – 1PL, 2PL, 3PL, 4PL – с разной степенью глубины вовлеченности компании в цепь поставок. За последние несколько десятилетий логистические операции все чаще выполнялись специализированными сторонними поставщиками логистических услуг уровня 3PL.

Анализ конкурентной среды рынка логистических услуг выявляет угрозу появления новых участников с преимуществом атакующего, влияние поставщика через сетевые эффекты, покупателя – через совместное потребление, угрозу замены конкурентных игроков через эффект длинного хвоста и усиление соперничества между конкурентами через индустриализацию услуг, связанные с внедрением информационных технологий.

Инновационные решения и технологии формируют устойчивые конкурентные преимущества и расширяют возможности развития отраслевого бизнеса за счет следующих факторов: упрощения внутренних процессов на основе использования цифровых решений; увеличения выручки за счет расширения взаимодействия с клиентами по цифровым каналам; снижения финансовых рисков за счет онлайн-платежей; снижения стоимости обслуживания клиентов, минимизации потерь, связанных с дефицитом квалифицированных специалистов.