

А.Г. Ефименко

Могилевский государственный университет продовольствия, efimenko_ag@mail.ru

Темпы развития автомобильного транспорта и выпуска подвижного состава оказывают значительное влияние на уровень производства всех отраслей народного хозяйства Беларуси. Проведенные исследования показали, что в транспортном комплексе в 2008 году было занято 288,3 тыс. человек, что составляет 6,1% численности работников, занятых в экономике Республики Беларусь. В структуре ВВП удельный вес транспорта и связи составляет 8%, что характеризует транспортную отрасль как одну из ведущих в сфере услуг. Общий грузооборот всех видов транспорта составил в 2008 году 71949 млн. т-км, в том числе автомобильный – 22767 млн. т-км. При этом перевозки грузов автомобильным транспортом государственных предприятий составляют 40% в структуре грузооборота; частные, иностранные – 60% [2].

Рынок автотранспортных услуг в АПК является частью единой системы общего рынка. В связи с этим разработка вопросов, связанных с развитием рынка, должна осуществляться во взаимосвязи с деятельностью этого рынка. Под рынком автотранспортных услуг в АПК понимается структура, посредством которой взаимодействуют перевозчики, грузоотправители и грузополучатели, определяющие цену и количество автотранспортных услуг. Рынок автотранспортных услуг в АПК, связанный с перевозками грузов, обладает рядом важных особенностей. Первой особенностью является наличие конкуренции между автотранспортными организациями АПК на рынке услуг. На рынке автомобильных перевозок функционирует множество независимых организаций-перевозчиков и экспедиторов, предложение услуг, как правило, превышает спрос, что приводит к высокому уровню конкуренции на данном рынке, а в секторах междугородных и международных перевозок появляется конкуренция со стороны организаций других видов транспорта. Второй особенностью рынка автотранспортных услуг является разнообразие и изменчивость условий, в которых заключаются и реализуются сделки между автотранспортными организациями АПК и грузовладельцами. Обслуживание отраслей АПК имеет свою специфику, которые отражаются в условиях договора. Третьей особенностью является тесная взаимосвязь рынка автотранспортных услуг АПК с товарными рынками, на которых функционируют грузоотправители и грузополучатели. В условиях рыночной экономики требования к качеству услуг автотранспортной организации АПК диктуются объективными рыночными потребностями грузовладельцев.

На рисунке 1 отражены базовые элементы функционирования грузового сегмента рынка автотранспортных услуг, которые позволяют уточнить объекты управляемой подсистемы автотранспортных организаций, а также факторы инфраструктуры, воздействуя на которые можно достичь сбалансированности между спросом и предложением транспортных услуг.



Рисунок – Базовые элементы функционирования грузового сегмента рынка автотранспортных услуг

Автомобильный транспорт является одним из обслуживающих подкомплексов агропромышленного производства и в значительной степени выступает как интегратор производственной деятельности сельскохозяйственных, перерабатывающих и обслуживающих организаций, имеющих ряд специфических особенностей, обусловленных почвенно-климатическими условиями, сроками посева, уборки сельскохозяйственных культур и потребления продукции, а также переработки и реализации. Характер агропромышленного производства, значение его продукции для нужд народного хозяйства определяют особенности грузопотоков и перевозок грузов автомобильным транспортом.

Субъектами рынка автотранспортных услуг в АПК являются: государственные специализированные автотранспортные предприятия, структурные подразделения перерабатывающих, обслуживающих и других организаций АПК, грузовой транспорт сельскохозяйственных производственных кооперативов, крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйств, частные автотранспортные организации (фирмы) и др. Одни из них размещены в областном центре, другие – в районах. Организации АПК взаимодействуют с разными заказчиками, определяющих специфику грузов и условия работы.

Характерными чертами автотранспортных подразделений и организаций АПК, как субъектов рынка, являются следующие:

сложность – структура автотранспортных организаций АПК состоит из многочисленных элементов, которые, в свою очередь, поддерживают между собой различные отношения;

автономность – руководство автотранспортных организаций АПК само определяет цели своей деятельности и принимает решения по их реализации и несет экономическую ответственность за их последствия; производительность – персонал автотранспортных организаций АПК производит и реализует свои услуги для третьей стороны (заказчиков);

социологизация – автотранспортные организации АПК включают в себя активный элемент, который имеет свои интересы и цели; действия отдельных лиц, социальных подсистем в известной мере определяют поведение системы в целом, одновременно испытывая ее влияние на себе;

открытость – автотранспортные организации АПК взаимодействуют с внешней средой, устанавливая определенные взаимосвязи;

активность и гибкость – автотранспортные организации АПК адаптируются к изменяющимся условиям внешней среды, их внутренняя организация находится в зависимости от внешних условий и изменяется в соответствии с решаемыми задачами.

Районные автотранспортные организации (подразделения) АПК должны ориентироваться на меньшее число возможных заказчиков, работать в других дорожных условиях, а также выполнять грузоперевозки с меньшей вероятностью обратной загрузки. В границах районного АПК производится и потребляется 75-85% автотранспортных услуг, лишь по немногим видам услуг зона деятельности автотранспортных предприятий (подразделений) распространяется до пределов области, еще реже – на крупные регионы. Это касается межобластных перевозок скоропортящейся сельхозпродукции, заводов по полнокомплектному капитальному ремонту определенных марок техники, некоторых других организаций.

Грузопотоки в АПК также отличаются неравномерностью, сезонными колебаниями в объеме и структуре перевозимых грузов, зависящего от специализации организаций, региона перевозок. Наибольшей мощности грузопотоки в сельском хозяйстве достигают в период проведения посевной кампании и уборки урожая, в их структуре преобладают грузоперевозки топлива, зерновых культур, картофеля, кормов, овощей, фруктов и др. В зимний период мощность грузопотоков снижается, в структуре наибольший удельный вес занимают удобрения, семена, стройматериалы и другие грузы.

Важным фактором, влияющим на эффективность функционирования рынка автотранспортных услуг в АПК, является потенциал спроса, характеризуемый объемами грузовых перевозок в целом и по видам грузов, дальностью перевозок, сроками доставки грузов и величиной отправок. Номенклатура грузов и требования к объемам и качеству доставки (партионность, сохранность, скорость) определяют потребность в провозных возможностях грузового автомобильного транспорта АПК, его структуре, специализации подвижного состава, дифференциации спроса по видам грузового автотранспорта и перевозок.

Конкурентная стратегия развития автотранспортных организаций АПК (фирм) является основой завоевания рыночных позиций и получения выгод от реализации конкурентных преимуществ, важнейшие из которых заключаются в следующем.

1. Стратегия лидерства в издержках (себестоимости) дает преимущество, основанное на установлении оптимальной структуры затрат (например, за счет выгодного месторасположения, перевода автомобилей на газовое топливо, экономии за счет улучшения организации труда и др.), что позволяет привлекать дополнительные сегменты потребителей.

2. Дифференциация производства означает, что автотранспортные организации АПК (фирмы) стремятся к уникальности и исключительности в аспектах, важных для потребителей (доступность, надежность, удобство пользования, дизайн, сервис и др.), а также приспособление к нуждам определенных групп (пополнение парка грузовых автомобилей, пользующихся спросом на рынке услуг как по конструкции кузова (самосвалы, фургоны, рефрижераторы), так и по грузоподъемности (до 3 тонн и свыше 15 тонн)).

3. Диверсификация производства с целью расширения рыночной активности автотранспортных организаций АПК (фирм), использующих свои финансовые ресурсы не только для поддержания и развития основного бизнеса, но и на освоение новых видов услуг, создание новых производств (создание транспортно-логистического центра и его диверсификация по отраслям АПК). В зависимости от отраслевой принадлежности в Беларуси будут создаваться транспортно-логистические, оптово-логистические (торговые) и многофункциональные логистические центры [1].

4. Создание новых рынков, способствующих использованию новейших технологий, изменению потребностей клиентуры, появлению новых возможностей и инструментов для размещения финансов и управления рисками (создание агропромышленного кластера, формирование единого информационного пространства, оптимизация движения автомобильного транспорта с помощью «бортовых» компьютеров). Основой формирования агропромышленного кластера являются специализированные зоны товарного производства и территориальные рынки материально-технических ресурсов и продовольствия.

5. Стратегия фокусирования состоит в сосредоточении усилий не на группе сегментов, а на определенном виде услуг (или отдельном регионе) с целью выбора перспективного сегмента отраслевого рынка, позволяющего его обслуживать эффективнее, чем конкуренты.

6. Стратегия синергизма характеризует ситуацию в деловой практике, когда совокупный результат превосходит сумму отдельных эффектов (например, при комплексном транспортно-экспедиционном обслуживании заказчиков по сравнению с обычной организацией процесса дос-

тавки сельскохозяйственных грузов). Повышение эффективности и объединение усилий основных игроков транспортного и аграрного рынков – приоритетные задачи в сфере перевозок сельскохозяйственных грузов. Необходим системный подход, стимулирующий наращивание объемов производства АПК и обеспечивающий меры по поддержанию требуемого уровня развития инфраструктурных мощностей. Наиболее эффективный инструмент в условиях преодоления кризиса – государственно-частное партнерство, консолидация рынка и создание совместных компаний.

Важную роль в повышении качества автотранспортных услуг играет создание высокоэффективной информационной системы управления перевозочным процессом, контроля за транспортным и грузовым автотранспортом и информирования заказчиков с предложением комплексных услуг, оказываемых в сотрудничестве с экспедиторскими и другими организациями, в том числе зарубежными. Для выполнения требований заказчиков автотранспортных услуг, а также улучшения партнерства производителей, перевозчиков и экспедиторов необходимо обеспечить интегрированное использование вычислительной техники – комплексную компьютеризацию технологических процессов на всех видах транспорта и в пунктах их взаимодействия, а также других процессов, связанных с производством, распределением и сбытом продукции.

Для средних и крупных автотранспортных организаций целесообразно создание службы маркетинга, в функции которой, как правило, входят изучение отраслевого рынка, определение круга потенциальных потребителей услуг, пользующихся спросом, изучение конкурентов и их предложений, выработка рекомендаций по планированию услуг и выбору наиболее выгодных для организации рыночных сегментов в соответствии с имеющимися у него ресурсами и возможностями, планирование и организация рекламной компании, стимулирование спроса на услуги, оценка эффективности деятельности организации и координация его подразделений.

Литература:

1. Программа развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 авг. 2008 г., № 1249 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2009. – № 1. – С.5/28978

2. Статистический сборник: транспорт и связь Республики Беларусь. – Минск: Национальный стат. комитет Респ. Беларусь. – 2009. – 88 с.