

- совершенствовать процедуры уведомительной регистрации коллективных договоров и соглашений в органах по труду на всех уровнях социального диалога путем введения стандартной формы учета, допускающей автоматизированную обработку;
- на основе информации, содержащейся в зарегистрированных соглашениях и коллективных договорах, сопоставлять уровни социальных гарантий и льгот работников в отраслях экономики на федеральном, региональном, территориальном уровнях и принимать необходимые управленческие решения
- при осуществлении контроля за исполнением соглашений и коллективных договоров обеспечивать необходимой информацией Российскую трехстороннюю комиссию по регулированию социально-трудовых отношений, региональные трехсторонние комиссии, Федеральную инспекцию труда;

Еще не решена масса проблем социально-трудовой сферы как Российской Федерации, так и Республики Беларусь. Задачи построения социально-ориентированной экономики инновационного типа предполагают разрешения сложных ситуаций в социально-трудовой сфере. Идти в ногу с прогрессом требует и механизм социального партнерства. Создание информационных систем социального партнерства в каждом регионе наших государств позволит выйти на качественно иной уровень взаимодействия.

УДК 338.465.2

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

А.Г. Ефименко

*УО «Могилевский государственный университет продовольствия»,
г. Могилев, Республика Беларусь*

Важнейшими приоритетами государственной политики по развитию сферы услуг являются формирование конкурентной среды, содействие малого предпринимательства в сфере услуг, повышение инвестиционной и инновационной активности организаций и населения в сфере услуг, оптимизация институциональной структуры рынка, совершенствование управленческих структур, организационно-правовых форм субъектов хозяйствования, функционирующих в сфере услуг. Транспорт и связь, удельный вес которых в структуре ВВП равен 8 %, – одна из ведущих отраслей в сфере услуг. Общий грузооборот всех видов транспорта Республики Беларусь в 2008 г. составил 73412 млн т-км, в том числе автомобильный - 24231. При этом перевозки грузов автомобильным транспортом государственных предприятий составляют 40% в структуре грузооборота; частные, иностранные - 60%. Необходимо отметить, что в структуре грузооборота в динамике за 2003-2008 годы снижается удельный вес перевозок, выполненных государственными автотранспортными организациями. При этом вертикальные управленческие связи замещаются горизонтальными, договорными, а также связями между автотранспортными организациями и потребителями услуг. Горизонтальная интеграция подразумевает концентрацию организаций (фирм), специализирующихся на оказании автотранспортных услуг.

Условия производства продукции и услуг, принципы формирования цены, необходимость государственного регулирования определяются «моделью рынка». Основные модели рынка автотранспортных услуг представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные черты моделей рынка транспортных услуг

Характерная черта	Модели рынка			
	Чистая (или совершенная) конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм	Неограниченное количество	Множество	Несколько (2-6)	Одна
Тип услуг	Одинаковый	Дифференцированный	Традиционный или дифференцированный	Уникальный, или близких заменителей
Контроль над ценой	Отсутствует	Некоторый, но в узких рамках	Ограниченный взаимной зависимостью. Значительный при тайном сговоре	Значительный
Условия вступления в отрасль	Очень легко, препятствия отсутствуют	Сравнительно легче	Наличие существенных препятствий	Блокировано
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Упор на рекламу, фирменные знаки, марки и т.д.	Типична при дифференциации услуг	Реклама связи с общественными организациями

В автотранспортной отрасли в основном созданы условия для развития рынков монополистической конкуренции, поскольку перевозки грузов выполняются многими перевозчиками и вследствие сравнительно легкого «вступления в отрасль» существуют возможности установления контроля над ценами, условия вступления в отрасль, факторы неценовой конкуренции – с учетом особенностей видов транспорта, перевозок, грузов, а также условий взаимодействия различных видов транспорта. Автотранспортные организации на этом рынке выделяются разномарочным подвижным составом, качеством оказания услуг, тарифами, дифференцированными под различные условия эксплуатации, различные скидки, надбавки, а также дополнительными транспортно-экспедиционными и информационными услугами.

Для модели рынка «олигополия» наиболее типичны перевозки в средних и небольших городах, выполняемых несколькими автотранспортными предприятиями в условиях ограниченного числа клиентов и средних объемов перевозок грузов определенной номенклатуры. Транспортные предприятия имеют возможность контролировать цены (тарифы) и значительные возможности при тайном сговоре. Это означает, что необходим государственный контроль над установлением тарифов, в первую очередь для социально значимых видов транспортных услуг.

В некоторых ситуациях автотранспортная отрасль представляет собой чистую монополию. Чистую монополию характеризуют следующие признаки: предприятие-монополист – единственное по оказанию автотранспортных услуг, нет близких заменителей монопольных услуг, существуют серьезные барьеры для выхода других фирм на данный рынок, конкуренция отсутствует. Монопольное положение в регионе может иметь предприятие, расположенное на дальнем расстоянии от конкурентов, не оказывающих влияние на его работу (сельские районы). Кроме того, даже в крупном городе, где расположены десятки транспортных предприятий, монополистом может быть, например, специализированное автотранспортное предприятие по перевозке крупногабаритных и тяжеловесных грузов в отсутствии других перевозчиков, претендующих работать в данном сегменте рынка.

Определение предприятием своей модели рынка дает в основном концептуальный подход к проблемам конкуренции и ценообразования. На практике трудно выделить рынки, строго соответствующие монополистической или олигополистической конкуренции. Даже на чистом монопольном рынке будет присутствовать конкуренция. Поэтому практические

приемы проведения транспортным предприятием рыночной стратегии развития требуют специального рассмотрения.

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. Рынок автотранспортных услуг в АПК объединяет юридически и экономически самостоятельных производителей и потребителей автотранспортных и других услуг, а также ряд инфраструктурных подразделений (кредитных, информационных, рекламных, маркетинговых), взаимодействующих на определенной территории в части купли-продажи услуг для достижения общей конечной цели — снижения издержек производства и повышения его конкурентоспособности и устойчивости развития.

Конъюнктура рынка автотранспортных услуг в АПК предопределяется спецификой действия законов спроса и предложения. Ряд факторов препятствует рыночному механизму восстановления сбалансированности спроса и предложения этого вида услуг. Автотранспортные предприятия (подразделения) АПК наряду с выполнением заказа на перевозки сами активно формируют спрос. Рыночный механизм саморегулирования не в состоянии обеспечить равновесие спроса и предложения. Поэтому в отрасли необходимо проведение государственного регулирования конъюнктуры.

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 различными заказчиками, определяющих специфику грузов и условия работы. 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. Следовательно, наиболее распространенный, типичный по своим масштабам региональный рынок автотранспортных услуг – это рынок, функционирующий в пределах районного АПК. На данном рынке центральное место занимают государственные автотранспортные предприятия (подразделения), а среди потребителей услуг – сельскохозяйственные производственные кооперативы.

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, посевные материалы, стройматериалы и другие грузы.

Крупные производственно-торговые компании (фирмы) часто не содержат грузового транспортного парка (мировая практика). При этом наблюдается следующая тенденция: чем выше уровень развития компании, тем быстрее она начинает отдавать производственные функции сторонним организациям. В стандарте менеджмента качества ISO 9001:2000 отмечено, что в случае если организация решает передать сторонним организациям выполнение какого-либо процесса, влияющего на соответствие продукции требованиям, она должна обеспечить со своей стороны управление таким процессом. Оптимальное соотношение использования собственного грузового автотранспорта и услуг внешних транспортных операторов (аутсорсинг) составляет примерно 50:50. Применение транспортного аутсорсинга включает передачу внешней компании при перевозках грузов, таможенное оформление, складирование, доставке door-to-door. Зарубежный опыт показывает, что 80-85% перевозок грузовым автомобильным транспортом выполняется аутсорсерами.

Аутсорсинг (outsourcing) – использование внешних ресурсов (материальных, трудовых, интеллектуальных) в организации бизнес-процесса компании. Аутсорсинг способствует сосредоточению собственных ресурсов на основных целях бизнеса, получению доступа к ресурсам, которых нет у компании, доступ к новейшим технологиям, передаче ответственности за выполнение конкретной функции, большей свободе направления инвестиций в инфраструктуру компании. Основными предпосылками передачи автотранспортных процессов АПК на аутсорсинг являются экономические, определяемые спецификой агробизнеса, что особенно характерно для небольших организаций (фирм), осуществляющих разовые масштабные перевозки. Важным фактором является также учет технологических особенностей грузоперевозок при выполнении сложных, комбинированных (мультимодальных) перевозок с использованием различных видов транспорта и координацией всех звеньев транспортировки. Самостоятельно заниматься грузоперевозками или заключить договор со специализированной компанией зависит от затрат на услуги, а также от времени и сроков транспортировки. Как правило, автотранспортные услуги, оказываемые неспециализированными организациями, увеличивают себестоимость производимой продукции на большую величину в сравнении с услугами специализированных предприятий. В конечном итоге использование аутсорсинга избавляет от проблем, связанных с реализацией автотранспортных бизнес-процессов, что позволяет организациям АПК сосредоточить усилия на профильной деятельности.

Исследование особенностей рынка автотранспортных услуг в АПК включает оценку макроэкономических условий, структуру рынка, характеристику услуг, институциональное состояние, государственное регулирование, а также диагностику функционирования рынка с разработкой конкурентных стратегий его развития.

УДК 334(476)

ВЛИЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ

О.Н. Жилинская

ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт

Министерства экономики Республики Беларусь»,

г. Минск, Республика Беларусь

Авторитет страны на мировой арене зависит от уровня ее экономического роста. На него существенное влияние оказывает развитие регионов страны и их потенциал, причем не только сырьевой, трудовой, а и деловая среда, способствующая появлению и развитию