

**Консалтинг и аутсорсинг как факторы развития рынка
автотранспортных услуг**

Догиль Л.Ф.

Белорусский национальный технический университет

В настоящее время фактор, определяющий кадровый потенциал авто транспортных организаций не проявляет своей истинной значимости. Обусловлено это его слабой востребованностью из-за ряда причин.

Так, сектор грузовых автомобильных перевозок продолжает подвергаться воздействию внешних шоков. Однако в случае изменения ситуации в секторе автотранспортных перевозок по оптимистическому варианту доходы, в частности, от транзита в течение 2011 -2015 годов возрастут на 24 %, то на предприятиях отрасли начнется фаза подъема и дальнейшего развития. В этих условиях перевозчики будут стремиться войти на консалтинговый рынок, часто практически не застрахованными от непрофессионализма и некомпетентности консультантов.

Следовательно, возникнет необходимость создания и эффективного функционирования внутрикорпоративных служб в отрасли автомобильного транспорта и широкого использования возможности «скрытого консалтинга». Важно шире применять аутсорсинг – сравнительно новую схему взаимодействия с внешними поставщиками услуг, которая определяется целевыми задачами и приоритетами компании-заказчика.

Согласно классификации Gartuer в мировой практике существуют три основные схемы:

- полезность (utility) – фактор цены и уровень сервиса являются приоритетными при выборе поставщика;

- улучшение (enhancement) – во главу угла ставятся интересы внутренних и внешних потребителей, наряду с факторами полезности учитываются возможности улучшения их обслуживания;

- передний край (frontier) – важной составляющей стратегии компании является взаимодействие с поставщиком услуг, что позволяет приобрести конкурентные преимущества. В этой схеме критерии стоимости и сервиса отходят на второй план.

Белорусские автоперевозчики ориентированы на улучшение обслуживания потребителей транспортных услуг. Однако в условиях глобализации только совместные усилия предприятий-производителей и организаций оказываемых услуги, их посредников и бизнес-консультантов могут обеспечить успех как на внутреннем, так и на внешнем рынка.