

УДК 339.138

ПРИМЕНЕНИЕ МАТРИЦЫ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ «МОГИЛЕВГРУЗСЕРВИС»

К. В. ХРЕБТОВИЧ

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Матрица чрезвычайных ситуаций является важным инструментом для оценки рисков и планирования действий в случае возникновения непредвиденных обстоятельств. Она позволяет определить вероятность возникновения той или иной ситуации и оценить возможный ущерб от нее. В работе рассмотрим применение матрицы чрезвычайных ситуаций в маркетинговой деятельности предприятия «Могилевгрузсервис».

«Могилевгрузсервис» является филиалом транспортного республиканского унитарного предприятия «Могилевское отделение Белорусской железной дороги», занимается оказанием услуг по перевозке грузов автомобильным и железнодорожным транспортом, предоставлением в аренду спецтехники, сдачей в аренду открытых и закрытых площадок для хранения грузов, экспедированием и таможенным оформлением товаров и грузов. Предприятие располагается в городе Могилеве и включает в себя ряд специализированных терминалов для обработки различных видов грузов, таких как зерно, уголь, металлы, древесина и др.

Для обеспечения безопасности перевозок и минимизации возможных рисков, связанных с возникновением чрезвычайных ситуаций, предприятию следует использовать матрицу чрезвычайных ситуаций.

Матрица чрезвычайных ситуаций представляет собой таблицу, в которой отражены различные типы чрезвычайных ситуаций, связанных с маркетинговой деятельностью, и соответствующие им уровни риска. Каждый уровень риска оценивается по шкале от 1 до 5, где 1 – минимальный риск, а 5 – максимальный.

Первым шагом в использовании матрицы чрезвычайных ситуаций является идентификация потенциальных чрезвычайных ситуаций, которые могут возникнуть в деятельности предприятия.

Далее, чтобы разработать эффективную стратегию реагирования на чрезвычайные ситуации, необходимо оценить возможные последствия каждой чрезвычайной ситуации.

После оценки последствий потенциальных чрезвычайных ситуаций следующим шагом является разработка мер по предотвращению или минимизации их негативного воздействия.

Последним шагом в использовании матрицы чрезвычайных ситуаций является мониторинг разработанных мер.

Благодаря использованию данного инструмента, предприятие может оперативно реагировать на различные кризисные ситуации.

Матрица чрезвычайных ситуаций в деятельности предприятия «Могилевгрузсервис» представлена в табл. 1.

Табл. 1. Матрица чрезвычайных ситуаций в деятельности предприятия «Могилевгрузсервис»

Чрезвычайная ситуация	Риск	Последствия	Меры предосторожности
Ухудшение репутации предприятия	3	1. Потеря доверия клиентов и партнёров. 2. Ухудшение имиджа компании. 3. Снижение стоимости акций компании. 4. Проблемы с наймом новых сотрудников	1. Регулярный мониторинг отзывов клиентов и партнёров о работе предприятия. 2. Соблюдение высоких стандартов качества услуг, предоставляемых предприятием. 3. Поддержание открытого диалога с клиентами и партнёрами, чтобы быстро реагировать на любые проблемы или жалобы. 4. Проведение регулярной оценки репутации предприятия и принятие мер для её улучшения, если это необходимо. 5. Моральное и материальное стимулирование труда персонала (достойная оплата труда, создание комфортных рабочих мест, проведение мероприятий по поддержке корпоративного духа)
Снижение конкурентоспособности услуг	3	1. Падение спроса на услуги. 2. Потеря доли рынка. 3. Уменьшение прибыли. 4. Увеличение затрат на маркетинг и рекламу	1. Анализ потребностей целевой аудитории. 2. Мониторинг конкурентов. 3. Инновации и улучшение качества услуг. 4. Эффективная ценовая политика. 5. Формирование современных каналов коммуникации с потребителями, в том числе с использованием сети Интернет. 6. Создание программ лояльности для постоянных клиентов
Потеря рынков сбыта за рубежом	2	1. Снижение объемов продаж и прибыли. 2. Потеря доли рынка. 3. Утрата репутации бренда	1. Анализ конкурентной среды. 2. Разработка эффективной стратегии продвижения товаров за рубежом. 3. Оптимизация логистических процессов. 4. Улучшение качества услуг и сервиса. 5. Регистрация на сайтах-агрегаторах грузоперевозок

Вероятность ухудшения репутации выше по нескольким причинам. Человеческий фактор: люди могут совершать ошибки, и эти ошибки могут привести к негативным последствиям, включая ухудшение репутации. Внешние факторы: в мире происходят различные события, которые могут повлиять на репутацию компании (экономический кризис). Конкурентная среда: компании всегда конкурируют друг с другом за клиентов и ресурсы. Если одна компания делает что-то лучше другой, то она может получить больше клиентов и улучшить свою репутацию. Технологический прогресс: с развитием технологий меняются требования и ожидания клиентов. Если компания не успевает адаптироваться

к новым технологиям и тенденциям, то это может привести к ухудшению ее репутации. Чтобы минимизировать риски ухудшения репутации, компания должна постоянно работать над улучшением качества своих услуг, следить за изменениями в обществе и конкурентной среде, а также стремиться к инновациям.

Вероятность потери рынков сбыта за рубежом ниже. Это связано с тем, что на международном рынке существует множество факторов, которые могут повлиять на успешность продажи товаров. Кроме того, каждый рынок имеет свои особенности и требования, которые нужно учитывать при выходе на него. Для минимизации рисков потери рынков сбыта за рубежом компания должна проводить тщательный анализ рынка, разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии и постоянно улучшать качество своих продуктов и услуг. Также важно учитывать культурные различия и предпочтения потребителей в разных странах.

Вероятность снижения конкурентоспособности услуг можно оценить как среднюю. Это связано с множеством факторов, которые могут повлиять на конкурентоспособность услуг. К ним относятся. Качество услуг: если качество услуг ниже, чем у конкурентов, то вероятность снижения конкурентоспособности возрастает. Цена: если цена услуги выше, чем у конкурентов, то вероятность снижения конкурентоспособности увеличивается. Маркетинговая стратегия: если компания не проводит эффективную маркетинговую кампанию или не учитывает потребности клиентов, то вероятность снижения конкурентоспособности возрастает. Технологический прогресс: если компания не следит за новыми технологиями и не использует их в своей деятельности, то вероятность снижения конкурентоспособности увеличивается. Чтобы минимизировать риски снижения конкурентоспособности услуг, компания должна постоянно работать над улучшением качества своих услуг, следить за изменением потребностей клиентов и использовать новые технологии в своей деятельности.

Таким образом, использование матрицы чрезвычайных ситуаций позволяет предприятию «Могилевгрузсервис» эффективно управлять рисками и разработать меры по предотвращению или минимизации негативного воздействия чрезвычайных ситуаций.