

Т.Г. Нечаева, Т.А. Бородич, Ю.Д. Ключникова
*Межгосударственное образовательное учреждение
высшего образования «Белорусско-Российский университет»
Могилев, Республика Беларусь*

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье проводится оценка эффективности грузовых перевозок автотранспортного предприятия. На основе проведенного исследования разработаны основные направления роста финансовой безопасности предприятия за счет применения инструментов маркетинга.

Ключевые слова: экономические инструменты, автотранспорт, финансовая безопасность.

Транспортный рынок Беларуси играет ключевую роль в обеспечении логистики товаров, как внутри страны, так и на международных направлениях. Его развитие связано с экономической стабильностью, состоянием инфраструктуры и конкурентоспособностью предприятий. В последние годы транспортный сектор сталкивается с вызовами, такими как снижение объемов перевозок, рост затрат на эксплуатацию автопарков и изменения в спросе на транспортные услуги. В таких условиях транспортные компании, включая ОАО «Могилевоблавтотранс», вынуждены искать способы адаптации и повышения эффективности своей деятельности.

На предприятии зафиксировано значительное снижение грузооборота и объемов перевозок, что негативно влияет на его финансовую устойчивость (таблица 1).

Таблица 1

Динамика показателей эффективности использования грузового подвижного состава автопарка

Показатель	2022 год	2023 год	Отклонение	Темп роста, %
Грузооборот, тыс. т·км	77 602	66 072,8	-11 529,1	85,14
Объем перевозок, т	954 900	542 500	-412 400	56,81
Количество автомобиле-дней пребывания в организации	35 713	32 199	-3 514	90,16
Количество дней, отработанных подвижным составом за год	15 342	13151	-2191	85,72
Простои в ремонте и ожидании ремонта, дн.	4 931	4 995	64	101,3
Общий пробег, тыс. км	5 132,30	4 184,80	-947,5	81,54
в том числе с грузом	3 509	3 171	-338	90,38
Среднесписочное число автомобилей	97,8	88,22	-9,63	90,16
Коэффициент выпуска подвижного состава на линию	0,43	0,41	-0,02	95,07
Коэффициент технической готовности	0,86	0,84	-0,02	98,02
Среднесуточное время в наряде	7,66	7,62	-0,04	99,47
Коэффициент использования времени суток	0,32	0,32	-0,002	99,47
Коэффициент использования пробега	0,68	0,76	0,074	110,83
Средняя техническая скорость	-	-	-	-
Средняя эксплуатационная скорость	43,68	41,77	-1,91	95,63
Среднесуточная производительность парка подвижного состава, тыс т· км	494,91	443,21	-51,69	89,56
Производительность подвижного состава, тыс. т· км:				
– на один автомобиль	793,12	748,99	-44,13	94,44
– на один автомобиле–день	5,06	5,02	-0,03	99,33
– на одну автомобиле–тонну	219,15	244,4	25,24	111,52
– на один автомобиле–тонно–день	1,4	1,64	0,24	117,3

Также наблюдается сокращение коэффициента технической готовности автопарка, связанное с его износом, и снижение коэффициента выпуска подвижного состава на линию, который составляет лишь 0,41. Это означает, что большая часть автомобилей простаивает и не приносит дохода. Эти показатели свидетельствуют о необходимости модернизации автопарка и пересмотра стратегии работы с клиентами.

Для преодоления текущих проблем требуется комплексный подход.

Во-первых, важно модернизировать подвижной состав. Изношенные автомобили не только увеличивают затраты на ремонт, но и ограничивают возможности предприятия по обслуживанию крупных заказов [1]. Обновление парка позволит снизить расходы и увеличить объемы перевозок.

Во-вторых, стоит усилить работу с клиентами. Снижение спроса на услуги компании можно компенсировать за счет внедрения системы скидок для постоянных клиентов, гибких условий оплаты, а также проведения маркетинговых исследований для определения новых сегментов рынка.

Наконец, оптимизация работы существующего автопарка также может дать значительный эффект. Например, лучшее планирование маршрутов и снижение времени простоя техники на базе помогут повысить коэффициент выпуска на линию и улучшить финансовые показатели предприятия.

Внедрение системы скидок на транспортном предприятии может стать эффективным инструментом для привлечения клиентов, повышения загрузки автопарка, а также увеличения прибыли и конкурентоспособности компании. Рассмотрим более детально, как это решение способно улучшить ситуацию на предприятии.

Основные преимущества системы скидок:

3. Привлечение новых клиентов [2]. Система скидок, особенно для новых заказчиков, позволяет снизить порог входа для сотрудничества. Клиенты, которые ранее пользовались услугами конкурентов, могут заинтересоваться более выгодными условиями, что увеличивает объем заказов. Например, предложение скидки за первый рейс или за комплексные услуги мотивирует компании выбрать именно это предприятие.

4. Удержание постоянных клиентов. Постоянные клиенты, пользующиеся транспортными услугами на регулярной основе, ценят индивидуальный подход. Скидки за долгосрочное сотрудничество или объем заказов стимулируют их оставаться с компанией, что обеспечивает

стабильный доход.

5. Увеличение объемов перевозок. Гибкая система скидок на объемные заказы позволяет оптимально использовать подвижной состав предприятия. Это особенно важно для крупных партий грузов, которые требуют задействования большего количества автомобилей. Таким образом, скидки обеспечивают загрузку автопарка, сокращают простои и повышают рентабельность.

6. Продвижение в период низкого спроса. В сезон спада перевозок или в выходные дни система скидок может способствовать поддержанию активности. Например, скидки на перевозки в нерабочие часы позволяют равномерно распределять загрузку автопарка и сотрудников.

6. Увеличение лояльности клиентов. Клиенты, получающие ощутимую экономию за счет скидок, становятся более лояльными. Это создает долгосрочные отношения между компанией и клиентами, снижая риск их перехода к конкурентам.

7. Расширение ассортимента услуг. Предоставление скидок за комбинированные услуги, такие как перевозка, складирование и логистическое сопровождение, может способствовать увеличению спроса на дополнительные услуги предприятия.

Предприятие может предлагать разные виды скидок. Например, скидка за объем перевозок: применяется, если заказ превышает определенное количество тонн или рейсов. Например, при заказе на 100 тонн скидка составляет 5%, а на 200 тонн — 10%. Можно также предложить скидку клиентам, оформляющим заказы заранее, что позволяет лучше планировать маршруты и использовать транспорт. Одним из действительным видом скидок, будет скидка за рекомендацию, а именно накопительные скидки, где постоянные клиенты получают дополнительные преимущества после выполнения определенного количества заказов. А для решения проблем сезонного спроса в периоды низкого спроса, такие как зимний сезон, можно предлагать скидки для активизации клиентов.

Предложенная система скидок может помочь улучшить финансовое состояние предприятия и избавиться от ряда проблем. Скидки позволяют

равномерно распределять загрузку транспортных средств, снижая простой техники. Это, в свою очередь, повышает оборачиваемость и снижает себестоимость перевозки. Наличие гибкой системы скидок привлекает клиентов и позволяет выделиться на фоне конкурентов, что особенно важно на рынке с высокой конкуренцией. Скидки помогают уменьшить влияние сезонных колебаний спроса, обеспечивая стабильный доход в течение всего года. Привлечение новых клиентов и стимулирование постоянных заказчиков увеличивает общий объем перевозок, что в долгосрочной перспективе компенсирует потери от скидок. Клиенты видят в компании не просто поставщика услуг, но и надежного партнера, готового идти навстречу и предлагать выгодные условия.

Хотя система скидок имеет множество преимуществ, важно учитывать возможные риски. Излишне большие скидки могут негативно повлиять на прибыльность. Привлечение клиентов только из-за низкой цены может создать ситуацию, при которой клиенты уйдут при снижении скидок.

Для минимизации рисков необходимо четко рассчитывать экономическую целесообразность скидок, предлагать скидки только при условии выполнения определенных объемов и комбинировать скидки с программами лояльности.

ОАО «Могилевоблавтотранс» обладает значительным потенциалом, который может быть реализован за счет модернизации автопарка и разработки новой стратегии взаимодействия с клиентами. Внедрение этих мер не только стабилизирует текущее положение компании, но и обеспечит устойчивый рост в долгосрочной перспективе. Внедрение системы скидок на транспортном предприятии является стратегически важным шагом для повышения конкурентоспособности и улучшения финансовых показателей. Грамотно продуманная система скидок способствует привлечению новых клиентов, удержанию постоянных партнеров, снижению сезонных колебаний и повышению рентабельности. Однако успех во многом зависит от корректного расчета скидок и их интеграции в общую стратегию компании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бычков, В.П. Экономика автомобильного транспорта: учебник/В.П. Бычков. – М.: Инфра-М, 2012. – 381 с.

4 Маркетинг на транспорте/Под ред. Галабурды В.Г.– Москва: Желдориздат, 2017. – 329 с.

T.G. Nechaeva, T.A. Borodich, Yu.D. Klyushnikova

THE PRACTICE OF APPLYING ECONOMIC INSTRUMENTS TO IMPROVE THE SAFETY OF A MOTOR TRANSPORT ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS

The article assesses the efficiency of freight transportation by a motor transport enterprise. Based on the conducted research, the main directions for increasing the financial security of the enterprise through the use of marketing tools have been developed.

Keywords: economic tools, motor transport, financial security