

Особенности развития корпоративного транспорта в Республике Беларусь

*Кочерга С. В., студ. IV к. БарГУ,
науч. рук. Грицевич С. А., препод. каф. экономики и управления,
магистр эк. наук*

Автомобиль давно перестал быть просто средством передвижения. Транспорт обеспечивает развитие национального хозяйства, соединение производства и потребления, объединение отраслей экономики в единый народнохозяйственный комплекс. В Республике Беларусь вклад транспорта в ВВП составляет около 10 %.

Одним из направлений государственного регулирования и управления Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь является автомобильный транспорт, на который приходится наибольшая часть грузо- и пассажироперевозок.

Проблемы финансирования транспорта связаны с его высокой ресурсоемкостью. Высокий удельный вес в себестоимости предприятий транспорта занимает заработная плата, затраты на топливо, электрическую энергию, амортизация, ремонт, что обусловлено постоянным движением транспортных средств. Расчеты осуществляются по статьям затрат, аналогичным затратам промышленным предприятиям, однако включаются и дополнительные статьи затрат — на текущий ремонт и техническое обслуживание. С этим нельзя не считаться, т.к. затраты в себестоимости автомобильных перевозок превышают затраты в промышленности на 7 % и составляют 12 %, удельный вес заработной платы в данной отрасли составляет около 15 — 17 % общей суммы затрат на производство (в промышленности около 8 %).

Работники любой сферы в нашей стране не совсем удовлетворены условиями, по которым они должны добираться до своего рабочего места. Так как это несет большие потери из собственного кармана. Руководитель любого вида организаций должен создать максимально удобные условия для работников по поводу доставки их к месту работы и обратно. Это позволит в какой-то степени привлечь к работе персонал организации и сэкономить денежные средства самих рабочих.

Одним из главных моментов при выборе помещения для будущего офиса либо большого производства, является расположение бизнес-центра, в котором этот самый офис или предприятие будет размещаться. Возможность быстро добраться до нужного места, без собственного автомобиля, важна как для клиентов и партнеров, которых компании часто приглашают к себе на переговоры, так и для сотрудников, которым придется добираться до работы (и обратно) каждый день.

Еще несколько лет назад тот факт, что до офиса надо добираться на наземном общественном транспорте, вызывал множество негативных эмоций. Это было связано со многими факторами: необходимостью искать нужный автобус, страдать из-за несовпадений в расписании и толкаться с другими пассажирами, едущими по своим делам. Многие соискатели даже не рассматривали предложения, связанные с необходимостью добираться от метро до рабочего места на автобусе или

маршрутном такси. Это объяснялось вполне понятным нежеланием тратить дополнительные деньги, силы и время на дорогу.

В наши дни ситуация стремительно меняется. Понятие «корпоративный транспорт» прочно вошло в словарь офисных сотрудников и многие из них уже вполне привыкли рассчитывать время, необходимое на дорогу до работы, с учетом поездки на корпоративном автобусе. Наличие корпоративного транспорта, оформленного в кдином стиле, подчеркивает солидность компании. Таким образом, запуск корпоративного автобуса, от ближайшего метро до бизнес-центра, позволяет решить проблему расстояния. Например, для любого торгово-офисного комплекса, запуск такого автобуса позволит решить проблемы сразу нескольких категорий посетителей. Если например открыть новые площади, для сдачи в аренду в качестве торговых помещений, то проблема доступности удвоится. Поэтому необходимо ориентироваться не только на нужды сотрудников компаний, размещающихся на этой территории, но и на нужды покупателей, которые будут посещать торговую часть комплекса. Бесплатный автобус поможет им нормально добраться и от метро до магазинов, и назад.

В отличие от обычных, городских автобусов, специально предназначенный для доставки людей к месту работы транспорт обладает рядом значительных преимуществ: корпоративные автобусы не останавливаются на каждой остановке, довозя пассажиров сразу к месту назначения; отсутствие АСКП (автоматической системы контроля пассажиров) и связанных с ней задержек, позволяет значительно снизить время посадки в автобус; это бесплатно.

Стоит заметить, что рейсы метро — центр — метро должны быть регулярными и осуществляться в течение всего дня. Когда арендодатель обещает корпоративный транспорт, в задачу которого входит только несколько рейсов утром, и несколько — вечером, это, по сути, полумеры. Помимо необходимости приехать на работу и уехать с нее, остаются еще деловые поездки в течение дня, визиты клиентов и прочее. Поэтому, наилучший вариант — автобус, курсирующий из одной точки в другую в течение всего рабочего дня.

Расписание рейсов должно быть легко доступно — как на сайте самого центра (ведь арендаторы часто указывают в качестве конечной точки пути именно его), так и на всех пунктах маршрута. Желательны, так же, указатели, которые позволят без проблем найти место остановки автобуса.

Можно считать, что именно постоянные рейсы автобуса оказали заметное (и, главное — положительное) влияние на посещаемость ритейл-зон, размещенных в любом центре. Выбор у покупателей сейчас достаточно велик, при прочих равных условиях, они поедут туда, куда проще добраться. Поэтому, принимая решение о запуске корпоративного автобуса, сразу можно решить чтобы ходил он весь день. Это привлечет наибольшее количество покупателей и туристов, так как корпоративный транспорт доставит их в нужное место без потерь времени и дополнительный денежных средств. Это так же положительно скажется на престиже какого-либо рода организаций, которые стремятся к продаже своих продуктов или услуг.

На сегодняшний день, эта услуга находится на заре своего развития. Расширение минского бизнес-пространства способствует открытию новых помещений. Это открытие пока сильно опережает строительство новых станций метро. Поэтому, в скором времени стоит ожидать появления новых маршрутов.

Возвращаясь к самому началу статьи, можно сказать следующее: несложная в реализации идея корпоративного транспорта, доставляющего посетителей к бизнес-центру и назад, к метро — самый, на данный момент, разумный и перспективный способ решения проблемы удаленности здания. Сохраняя заметную ценовую разницу, бесплатный транспорт позволяет свести практически «на нет» все недостатки пути на наземном транспорте.

Другими словами, происходит оптимизация промышленных предприятий с последующим увеличением эффективности их деятельности и повышением конкурентоспособности. Кроме того, грамотно выстроенная система управления транспортом способствует дополнительным продажам и получению прибыли. Это не только покроет затраты на аутсорсинг, но и значительно превысит их, сделав управление транспортом на предприятии не просто легким, а эффективным.

Передавая непрофильные активы предприятия профессионалам в области аутсорсинга, можно значительно облегчить работу менеджмента, предоставляя руководству предприятий возможность заниматься первоочередными задачами организации.

Для расширенного использования корпоративного транспорта, организации всё чаще стали пользоваться транспортным аутсорсингом. Транспортный аутсорсинг — это новый подход в формировании корпоративного автопарка предприятия, при котором корпоративный транспорт формируется за счет аренды специализированной аутсорсинговой компании, в том числе по схеме долгосрочной аренды автомобилей. Таким образом, транспортный аутсорсинг — это комплексное транспортное обслуживание корпоративного бизнеса.

При существовании аутсорсинговых компаний, в значительной степени упрощается использование корпоративного транспорта на предприятиях. Так как не все предприятия могут сразу и по полной стоимости купить необходимый вид транспорта, такой как микроавтобусы, автобусы, газели и т.д. А при помощи транспортного аутсорсинга это становится более реальной перспективой для организации.

Литература

1. Антонов, Д. Корпоративный транспорт — не роскошь / Д. Антонов // Новости недвижимости [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа : <http://news.ners.ru/digest/korporativnyu-transport-ne-roskosh.html>. — Дата доступа : 28.11. 2011.

2. Кочерга, С.В. Актуальные проблемы финансирования городского пассажирского транспорта в регионах Республики Беларусь (на примере г. Минска) / С.В. Кочерга, С.А. Грицевич // Актуальные проблемы финансирования и инвестирования регионов: материалы Междунар. Науч. конф, Павлоград, 2011 г. ; — Украина, 2011.