

Раздел I

Экономика – политика – управление

И. С. Ашастина

ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ КЛИЕНТОВ КАК ПРОБЛЕМА МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Современное российское общество – это общество потребления. Современный человек становится активным потребителем товаров и услуг, которые ему предлагает рынок. С каждым годом растет роль людей, имеющих автомобили, и увеличивается конкуренция среди автомоек.

В ракурсе нашего интереса – предприятие «Автомойка на Зоологической». Она существует уже 10 лет, создавалась параллельно с автосервисом. Автомойка работает только в дневное время с 9:00 до 21:00. Услуги, предлагаемые автомойкой, ориентированы на потребителя со средним уровнем дохода.

Исследуемая организация развивает стратегию совершенствования производственного процесса, т. е. она нацелена на дальнейшую замену оборудования с целью повышения качества.

Вместе с тем, среди наиболее актуальных проблем автомойки следует обозначить следующие: вывоз мусора, отсутствие новых клиентов, низкая прибыль, взаимодействие с контролирующими органами.

Основной целью нашего исследования стал анализ проблемы отсутствия новых клиентов. В ходе исследования мы использовали такие методы как анализ документов и интервью.

Опрос был проведен в марте 2007 года. Всего опрошено 50 человек. Из них 30 мужчин и 20 женщин среднего возраста, предпочитающие автомобили иностранного производства (Toyota, Mazda).

Результаты исследования позволили прийти к следующим выводам. Основными причинами, которые препятствуют привлечению новых клиентов на автомойку, являются следующие:

- не устраивает персонал;
- не удовлетворяет перечень предоставляемых услуг;
- неудобное расположение.

Кроме того, были названы такие факторы, как низкое качество обслуживания, высокие цены, невысокая скорость обслуживания.

Автомобилисты определили в ходе интервью ряд условий, который будет способствовать удержанию старых клиентов и привлечению новых. К числу наиболее важных условий были отнесены, во-первых, смена персонала, во-вторых, расширение спектра услуг.

С какими проблемами сталкиваются автомобилисты на автомойках? Наиболее существенными проблемами являются: очереди, низкое качество предоставления услуги, повреждение лакокрасочного покрытия, отсутствие условий при ожидании машины. Также были названы такие проблемы, как некачественная уборка салона, необходимость предварительной записи, отсутствие телефонной связи в подземных автомойках, грубость персонала, недостаточная для грузовых автомобилей высота помещений.

Проведенное нами исследование позволило сформулировать ряд рекомендаций. Во-первых, значительная часть клиентов не удовлетворена персоналом автомойки по ряду причин: случаи краж из автомобилей, отсутствие доброжелательности, неопрятный внешний вид и пр. В связи с этим необходимо ввести санкции, например, систему штрафов за кражи и некорректное обращение с клиентами. К тому же важно установить определенные требования к внешнему виду. Особое внимание следует уделить улучшению потребностно-мотивационной структуры деятельности персонала.

Во-вторых, необходимо расширить перечень предоставляемых услуг, в частности добавить такую услугу как чернение колес.

В-третьих, организации необходимо расширить рекламную деятельность. Сами автомобилисты наиболее эффективными считают такие виды рекламы, как реклама на телевидении и растяжки. На телевидении возможно производство репортажей или рекламного ролика в специальных

программах для автомобилистов (например, репортаж в передачах «Колеса» на ОТВ, «Автоэлита» на АТН, «В мире дорог» на 10 канале).

Таким образом, организация может решить свою проблему и в дальнейшем успешно функционировать на рынке. Но для этого необходимо внести некоторые изменения в ее деятельность.

А.А. Борисенко, Г.А. Чернов

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕХОДА РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В нашей стране уже длительное время происходят глубокие социально-экономические изменения. Несмотря на все потрясения, современное российское общество продолжает идти по пути радикальных социальных реформ, осуществляется переход к рыночной экономике, к демократическим нормам и отношениям, идет процесс углубления социальных, национальных и других противоречий.

В рациональной организации современной экономики рынок выполняет важнейшие общественные функции. Рынок предоставляет человеку свободу выбора, возможность инициативных, активных (предпринимательских) действий и, следовательно, усиливает процесс демократизации общественных структур¹. Рынок выступает регулятором, обеспечивающим стабильность и равновесие функционирования общества. Обратные связи, формируемые рынком, увязывают спрос и предложение, соотносят цены и затраты.

Нельзя, однако, не видеть и негативные стороны рынка. Рынок часто не учитывает специфические общегосударственные задачи, в решении которых нуждается все общество в целом. Рыночный способ распределения может вести к различным злоупотреблениям, порождать мафию и коррупцию².

¹ Райтсберг Б.А. Рыночная экономика. М., 2003. С. 8.

² Максимова В.А., Шишов А.С. Рыночная экономика. М., 2002. С. 37.