

УДК 338.1

Титов Александр Михайлович

бакалавр направления «Менеджмент»
Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ
Челябинский филиал
Россия, Челябинск
dubu3u9l@bk.ru

Alexander M. Titov

Bachelor of Management
Russian Academy of National Economy and
Public Service under the President
of the Russian Federation
Chelyabinsk branch
Russia, Chelyabinsk
dubu3u9l@bk.ru

**ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УРОВЕНЬ
КЛИЕНТСКОГО ПОТОКА ПРЕДПРИЯТИЯ
МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ**

**FACTORS AFFECTING THE LEVEL OF
CUSTOMER FLOW COMPANIES QUEUEING**

Аннотация

Клиентский поток – один из важных факторов в деятельности коммерческой организации. Необходимо вовремя обнаружить, что влияет на него, с тем, чтобы данным потоком можно было управлять. В статье рассматриваются подходы обнаружения и подтверждения гипотезы о влиянии такого фактора, как погода, на клиентский поток в автомоечном комплексе ООО «Лайт-Сервис».

Ключевые слова:

клиентский поток, автомоечный комплекс, погодные условия

Abstract

Client flow - an important factor in the activity of the commercial organization. It is necessary to detect the time that it affects, so that the data flow can be controlled. The article approaches the detection and confirmation of the hypothesis of the influence of factors such as the weather, the client flow in complex car wash LLC "Light Service".

Keywords:

client thread, a car wash complex, weather

Обращение клиентов в коммерческие организации с целью удовлетворения потребности в товарах, работах и услугах является неоднородным во времени. Разнородность обращений создает определенные затруднения для коммерческих организаций, особенно если оборот клиентов достаточно высокий. Наиболее типичными примерами рассматриваемой ситуации являются места массового обслуживания населения: рестораны, автомойки, центры досуга, отдыха и тому подобное. Анализ клиентских потоков организаций, деятельность которых направлена на массовое обслуживание населения, свидетельствует, что клиентский поток заявок имеет пилообразный график. Наименьшие значения на данном графике означают простаивание производственных мощностей предприятия и, как следствие, потерю прибыли. Наличие пиков приводит к созданию очередей и риску потери клиентов.

Клиентский поток заявок – управляем, как и любой другой поток массового обслуживания. Суть управления клиентским потоком при его несбалансированности, то есть, наличия пилообразного графика, сводится к сглаживанию пиков. Это означает, что коммерческая структура должна разработать комплекс мероприятий, позволяющих перераспределить клиентов с пиковых промежутков времени на время простоя производственных мощностей.

Предварительным этапом сглаживания данных клиентского потока является определение причин, вызвавших данные колебания спроса во времени на оказываемые работы и услуги. Основными затруднениями данного этапа – диагностика причин и факторов, является отсутствие информации и ее асимметричность.

Основные источники информации можно условно разделить на две категории: внутренние и внешние.

К внутренним источникам информации или «Инсайдерской» относят различные отчеты, статистические сводки, аналитические доклады, бухгалтерские и иные документы.

К внешним источникам информации относят источники внешней среды, например, различные банки данных, например, Росстат, официальные данные от Правительства, сторонних организаций и так далее.

Оба источника имеют свои плюсы и минусы. Внутренние чаще всего достаточно точные, качественные, дешевы и пунктуальны. Внешние более масштабные, они детализируют больше организаций, людей, территорий.

Клиентский поток оказывает обычно локальное влияние, то есть на отдельно взятые хозяйствующие субъекты, такие как отдельная автомойка или отдельный ресторан. Поэтому, при выявлении факторов, действующих на клиентский поток в подобных организациях, обычно делают акцент на анализ внутренних данных или локальных внешних.

Для анализа клиентского потока в данном случае требуются данные о самом клиентском потоке, которые сопоставляются с факторами, его обусловившим. Следует учитывать, что анализ клиентский потоков массового обслуживания показал, что в подавляющем большинстве случаев на него влияют именно внешние факторы.

Проведем анализ клиентского потока на автомоечном комплексе ООО «Лайт-Сервис» в городе Миасс.

Основной статистической базой ООО «Лайт-Сервис» выступили следующие данные – список всех заказов с указанием точного времени, суммы заказа, марки автомобиля.

Анализ статистических данных ООО «Лайт-Сервис» позволил составить графики клиентского потока, представленные на рисунках 1, 2, 3.

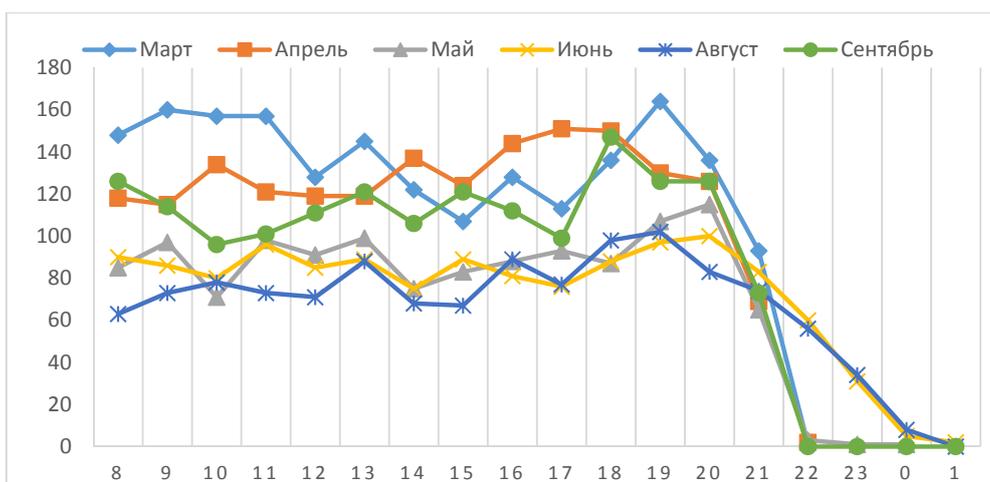


Рисунок 1 – Клиентский поток с разбивкой по времени суток (с часовым интервалом).

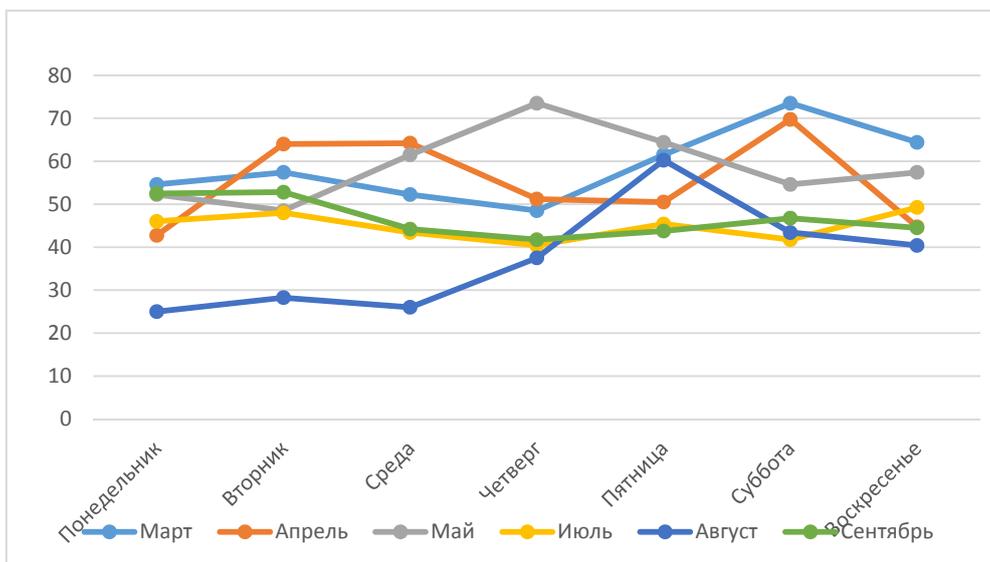


Рисунок 2 – Клиентский поток с разбивкой по дням недели

Анализ графиков, представленных на рисунках 1 и 2 свидетельствует, об отсутствии значительных размахов амплитуды клиентского потока. Так же следует отметить отсутствие видимых закономерностей в распределении клиентского потока по дням недели. В разбивке по времени прослеживаются определенные тенденции, а именно увеличение клиентского потока до и в начале рабочего дня, в обеденный перерыв, а также в короткий промежуток времени по окончании рабочего дня.

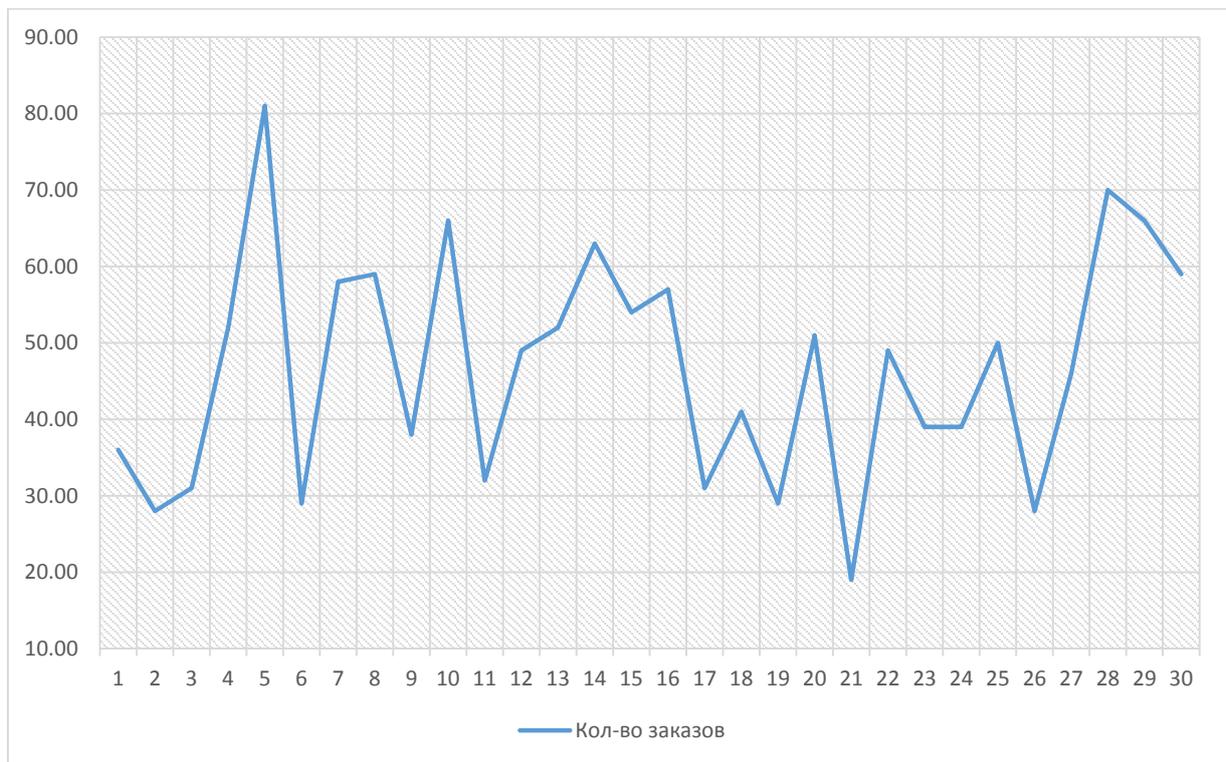


Рисунок 3 – Клиентский поток ежедневный (Сентябрь)

Анализ данных рисунка 3 – распределение клиентов по дням, отражает высокую амплитуду исследуемого показателя. Так, 5 сентября мы можем наблюдать пик клиентского потока, когда автомойка работала на физическом пределе возможностей. При этом 2-3 сентября наблюдает провал, когда мощности автомойки не были заполнены и на половину.

По мнению экспертов автомоечного комплекса ООО «Лайт-Сервис», на данную динамику рассматриваемого оказывает влияние текущая погода. Для проверки этого

фактора был составлен график температуры и осадков в городе Миассе на исследуемый период (рис. 4).

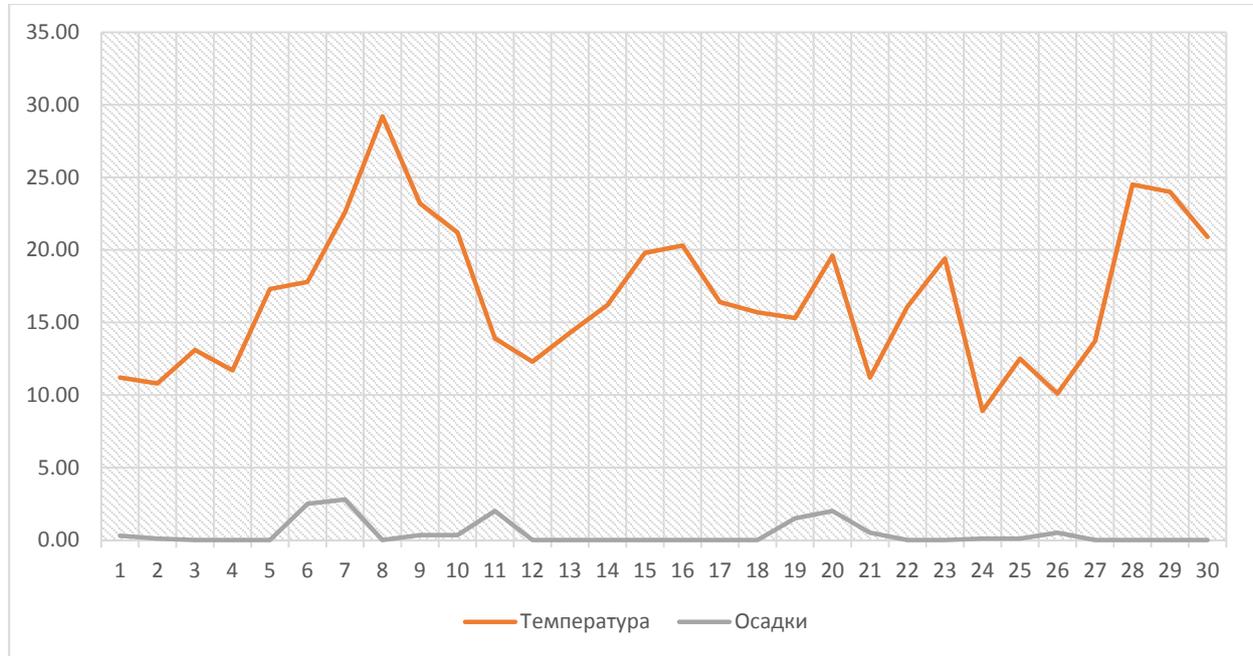


Рисунок 4 – Погода в городе Миасс в Сентябре 2015 г.

Анализ данных рисунка 4 свидетельствует, что динамика температуры в исследуемом периоде коррелирует с динамикой ежедневного клиентского потока заявок для данного объекта исследования. В подтверждение данной гипотезы применим графический анализ рисунков 3 и 4. С этой целью наложим рассматриваемые графики друг на друга (рис. 5). При данном методе исследования важно учесть следующие требования: шкала абсцисс должна быть одинаковая, чтобы избежать искажения значимости результата.

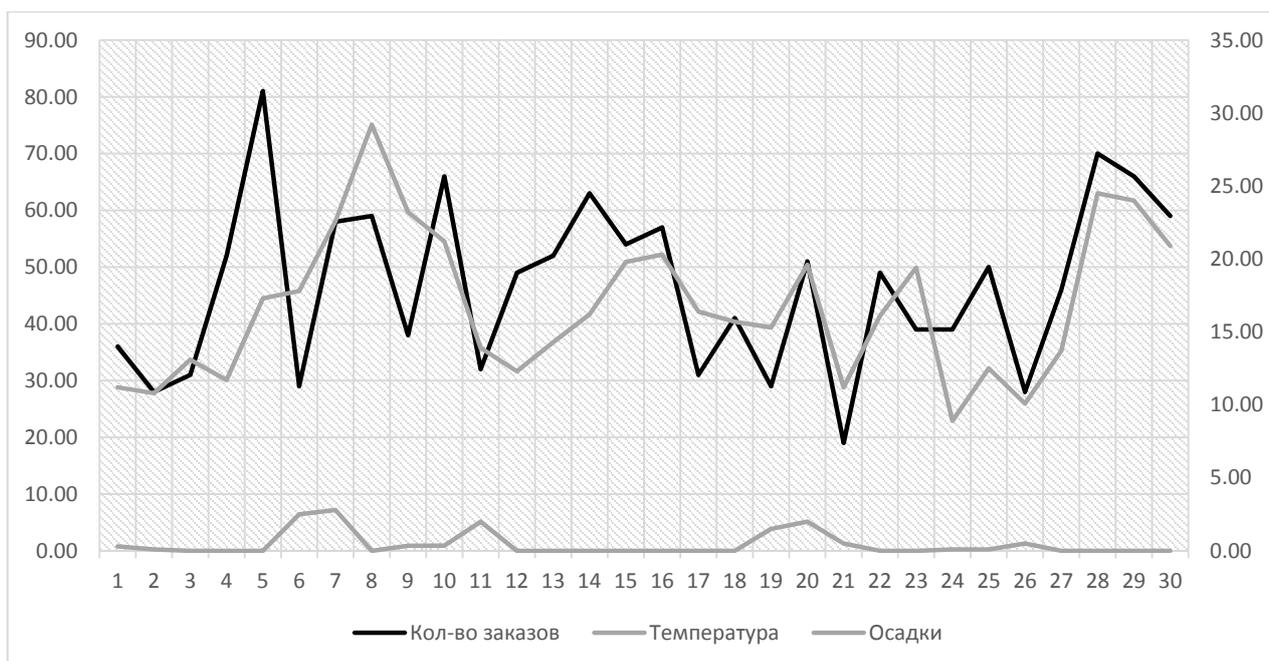


Рисунок 5 – Совмещение графиков клиентского потока и погоды

Анализ данных рисунка 5 позволяет установить прямую зависимость клиентского потока заявок объекта исследования от текущей погоды. В силу того, что клиентский поток и температура атмосферного воздуха коррелируют в весьма высокой степени, то можно утверждать, что погода является основополагающим фактором при распределении клиентского потока относительно ежедневных показателей.

Таким образом, мы установили, что основным фактором, влияющим на распределение клиентского потока заявок на автомоечном комплексе ООО «Лайт-Сервис», является погода. Точно такой же по виду анализ можно проводить для любого бизнеса, который подвержен значимому влиянию клиентского потока. То есть, необходимо найти проблему, найти возможные причины проблемы, проверить, какая из причин оказывает максимальное влияние на клиентский поток.

Зная, какой фактор стоит за изменением клиентского потока, можно этот фактор из разряда проблем перевести в разряд задач по управлению или, если это невозможно, поставить задачу в минимизации негативного влияния этого фактора на бизнес. Не зная же фактора, можно только усугубить ситуацию.

Список использованной литературы

1. Расписание погоды. Архив погоды на метеостанции rp5.ru URL: http://rp5.ru/%D0%90%D1%80%D1%85%D0%B8%D0%B2_%D0%BF%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%8B_%D0%B2_%D0%A7%D0%B5%D0%BB%D1%8F%D0%B1%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B5 (дата обращения 15.01.2016)
2. Демьянов Д.Г., Дубынина А.В. Структурный потенциал малого и среднего предпринимательства: тенденции и векторы развития / Д.Г. Демьянов, А.В. Дубынина // Региональная экономика : тенденции и векторы развития. – 2015. – №4 (379). – С. 47-60
3. Демьянов, Д.Г. Моделирование размещения предприятий сферы бытовых услуг с применением теории массового обслуживания [Текст] / Д.Г. Демьянов // сб. научных статей XV Международной науч.-практ. конф. : Челябинск, 22 апреля 2011 г. – Челябинск : ИЦ «Уральская Академия», 2011. – С. 150-155.
4. Демьянов, Д.Г. Моделирование сезонности в сфере бытовых услуг [Текст] / Д.Г. Демьянов // сборник тез. науч.-практ. конф., Пермь, 12-15 октября 2010 г. – Пермь : Изд-во Перм. гос. ун-т, 2010. – С. 79.