**ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОСАЛОНА ООО «АВТОПОЙНТ»
КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ****DIVERSIFICATION OF ACTIVITY OF A MOTOR SHOW LLC AVTOPOYNT AS
ELEMENT OF STRATEGY OF CRISIS MANAGEMENT****ГОРОДНИЧЕВА А.А.****GORODNICHEVA A.A.**

*Санкт-Петербургский национальный
исследовательский университет
информационных технологий, механики
и оптики «ИТМО»*

*Saint Petersburg State National Research
University of Information Technologies,
Mechanics and Optics of "ITMO"*

*AnastasiaGorodnicheva@yandex.ru**AnastasiaGorodnicheva@yandex.ru**doi: 10.18411/pivsn-56**idsp: pivsn-56***АННОТАЦИЯ**

В статье представлена авторская оценка диверсификации деятельности автосалона ООО «Автопойнт» как элемента стратегии антикризисного управления. Определены факторы, влияющие на увеличение прибыли организации.

Ключевые слова: Диверсификация, увеличение прибыли коммерческой организации, рентабельность.

ABSTRACT

Author's assessment of diversification of activity of car showroom LLC Avtopoynt as element of strategy of crisis management is presented in article. The factors influencing increase in profit of the organization are defined.

Keywords: Diversification, increase in profit of the commercial organization, profitability.

ВВЕДЕНИЕ

Рынок, как и внешняя среда в целом, постоянно изменяется и развивается. Кто-то уходит, кто-то возвращается, появляются новые игроки, поэтому даже самому успешному предприятию необходимо менять центры экономического внимания, распределять средства, искать новые подходы к развитию. На сегодняшний день любой заинтересованный предприниматель ищет способы роста для своего бизнеса и увеличения оборотных средств. Для того чтобы бизнесу комфортно было существовать в условиях кризиса, необходимо развивать разные сферы деятельности, т.е. провести диверсификацию бизнеса.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью данной статьи является оценка диверсификации деятельности автосалона ООО «Автопойнт» как элемента стратегии антикризисного управления, что позволит определить основные факторы, влияющие на увеличение прибыли организации.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЯ

В условиях кризисной ситуации в экономике страны, когда реальные доходы граждан не растут, а в некоторых сферах даже снижаются, автомобильный бизнес понес серьезные потери в объемах продаж. Так, группа компаний «Мега-Авто», к которой относится и ООО «Автопойнт», за период с 2015 по 2017 годы потеряла в

продажах почти половину достигнутого объема. В этой ситуации одним из важных элементов антикризисной стратегии компании может стать диверсификация.

Диверсификация в разрезе специфики автомобильного бизнеса – это способ успешно противостоять усилению конкурентной борьбы между дилерами, как в рамках представленных брэндов, так и между дилерами одной марки, если географически дилеры находятся на одном рынке. Диверсификация может быть использована при формировании базы клиентов, рынков сбыта, источников финансирования деятельности, портфеля дилерских услуг. Но основным инструментом по завоеванию автомобильного рынка остаётся качественное обслуживание и безупречный сервис. Чем выше качество обслуживания, тем больше вероятность того, что компания будет занимать лидирующую позицию на рынке предоставляемых услуг. Основную прибыль автосалонам приносит сервис, и если клиент будет доволен обслуживанием — вниманием, компетентностью сотрудников, ценами, качеством и сроками сервисного обслуживания и ремонта, то следующую машину он, с высокой долей вероятности, будет выбирать именно в этом салоне.

Таким образом, любой автосалон решит сразу несколько задач — получит прибыль от повторных обращений клиента и удержит клиента в своём бизнесе, т.е., если автосалон хочет получить и удержать постоянных клиентов, то важны и послепродажные отношения с клиентом.

В современных условиях вопросы управления в деятельности автосалонов приобретают все большую значимость, что объясняется развитием автомобильной отрасли. Можно сделать вывод, что современные логистические концепции играют ключевую роль и в обслуживании потребителей ООО «Автопойнт». Логистический сервис является неотъемлемой, более того, одной из самых важных составляющих деятельности автосалона. Продажи должны расти, если ООО «Автопойнт» будет дополнительно предлагать клиенту специфические услуги, консультации, информацию, высокое качество и компетентность обслуживания и т.п. Иными словами, успех коммерческой деятельности автосалона определяется, в первую очередь, привлекательным продуктом, включающим безупречный сервис.

Главной задачей является построение эффективных систем, обеспечивающих удержание высоких позиций на рынке и доверие потребителей. Основной задачей системы логистического сервиса является обеспечение необходимого уровня обслуживания клиентов и ремонта автомобилей для их дальнейшей безопасной эксплуатации.

Поскольку в процессе эксплуатации автомобиля происходит закономерное изменение технического состояния, это приводит к снижению его надежности. Быстрый рост парка автомобилей требует повышения требований к функционированию и развитию как традиционных, так и современных видов сервиса по продажам, ремонту и техническому обслуживанию автотранспортных средств.

ООО «Автопойнт» предоставляет клиентам различные виды услуг:

- продажа как новых, так и автомобилей с пробегом;
- приём автомобиля на комиссию;
- trade-in – прием автомобиля клиента в зачет стоимости нового;
- гарантийное и послегарантийное техническое обслуживание;
- все виды ремонта.

Прием машин на комиссию можно назвать одной из самых демократичных форм сотрудничества посредника и владельца автомобиля. На комиссию принимаются автомобили разных марок, что является большим преимуществом для клиента и автосалона. В ООО «Автопойнт» есть автосервис, который позволит подготовить машину клиента к продаже: производится покраска, химчистка, необходимый ремонт. Вся предпродажная подготовка машин после приема автомобилей на комиссию

осуществляется за счет автосалона. Оплатить оказанные услуги можно после продажи автомобиля. Привлечь в автосалон покупателей помогает не только реклама. ООО «Автопойнт» предлагает покупателям кредитные программы различных банков, благодаря которым покупку понравившегося автомобиля может сделать каждый посетитель.

При покупке автомобиля клиент ООО «Автопойнт» может воспользоваться и услугой trade-in: сдать свой автомобиль любой марки в зачет стоимости нового. Trade-in – одна из схем покупки новых автомобилей, пришедших в Россию из западных стран. Это очень удобное решение для тех, кто интересуется автомобильными новинками и хочет ездить на новом автомобиле, купленном с минимальными затратами. Такая схема предполагает продажу старой машины в зачет кредита на новый автомобиль. Преимущества продажи машины в зачет trade-in – это, в первую очередь, возможность быстро и выгодно продать старый автомобиль без долгого поиска покупателей и тут же приобрести новую машину. Салону подобные сделки тоже очень выгодны, так как они позволяют увеличить товарооборот. Подержанные машины в хорошем состоянии пользуются немалым спросом, и продавец может получить двойную выгоду: выгодно продать новый автомобиль и привлечь большее число покупателей.

Для повышения квалификации персонала автосалона регулярно проводятся различные тренинги, посвященные разбору ситуаций, характерных для автомобильного бизнеса. Они заметно влияют на качество обслуживания, на общий рост продаж.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ статистических данных в разрезе ассортимента предлагаемых услуг по ООО «Автопойнт» показал, что в последние 2 года наибольшим спросом пользуются автомобили вторичного рынка. Следовательно, целесообразно сосредоточить усилия по рекламе, улучшению сервиса именно на этом сегменте для увеличения объема продаж и прибыли в целом по автосалону.

1. Волгин В.В. «Энциклопедия автобизнеса. Секреты дилеров»: учебное пособие / В.В. Волгин. – СПб: изд-во Питер 2014 – 65 с.
2. Одинцова Т.Н. «Методологические основы проектирования и управления логистической системой»: монография / Т.Н. Одинцова, А.В. Пахомова, О.С. Акимова. – СПб: изд-во ИНЖЭКОН 2016 – 224 с.
3. <http://economy-lib.com>