

учебное пособие. - Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 320 с.

8. Легостаева С.А., Алехина Л.Л., Фролова М.В. Лидерство, направленное на успех // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – № 1 (11). – С. 191-195.

9. Моргунов В.И. Инновационные процессы развития маркетинга в современной экономике: научное издание / В. И. Моргунов, А. И. Дубков. – Москва: Дашков и Ко, 2011. – 31 с.

10. Матвеева О.З. Рекламная деятельность: учебник для студентов высших учебных заведений / О.З. Матвеева и др.; под ред. В.Д. Секерина. – Москва: ИНФРА-М, 2013. – 280 с.

11. Никитина Т.Е. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: монография / Т.Е. Никитина, К.А. Смирнов; науч. ред. К. А. Смирнов. – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 164с.

УДК 656.815.3 (470.319)

Елагин А.В.

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РАБОТОЙ ПОЧТОВЫХ ОТДЕЛЕНИЙ ГОРОДА ОРЛА

*Елагин Андрей Владимирович**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: rexsys@yandex.ru

В статье собраны и проанализированы мнения респондентов о деятельности почтовых отделений города Орла. Основными методами оценки качества услуг Почты России явились методы проведения анкетирования и опроса. Результатом проведенного исследования стало выявление различных недостатков работы отделений Почты России, а также разработка мероприятий по улучшению качества обслуживания, повышению комфорта и разнообразия предоставляемых услуг. Предложена вероятная стратегия, предлагающая улучшение качества обучения сотрудников. Особое внимание в работе отделений Почты России следует уделить внимательному и вежливому обслуживанию клиентов и бережному обращению с доставляемыми почтовыми грузами.

Ключевые слова: Почта России, удовлетворенность посетителей.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что, невзирая на то, что в настоящее время, когда растет количество интернет-услуг, происходит активное общение в социальных сетях, большой процент населения по-прежнему имеет необходимость пользоваться услугами Почты России. В настоящее время практически каждый человек располагает доступом к сети Интернет, имеет возможность обмениваться информацией с другими людьми оперативно и без усилий. Но, тем не менее, время от времени у каждого человека появляется необходимость воспользоваться услугами почтового отделения, чтобы отослать важные документы заказным письмом, получить или отослать посылку, а также приобрести некоторые товары. Почта России предоставляет важные социальные услуги: доставляет пенсии, пособия и компенсации, а также осуществляет прием платежей различного назначения. С марта 2016 года во многих почтовых отделениях появился еще и «Почта Банк»

ФГУП «Почта России» – национальный почтовый оператор, одно из крупнейших предприятий страны – создано распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 сентября 2002 года.

На сегодняшний день Почта России насчитывает 86 филиалов, около 42 000 объектов почтовой связи, которые охватывают почтовыми услугами всю территорию России, включая

* *Научный руководитель: Воронкова Ирина Евгеньевна, доктор исторических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: irivoronkova@yandex.ru*

самые отдаленные города и сельские поселения. Численность трудового коллектива предприятия составляет около 380 000 сотрудников. Ежегодно работниками Почты России принимаются, обрабатываются и доставляются более 1,5 миллиардов писем, 48 миллионов посылок и 113 миллионов единиц денежных переводов.

В настоящий момент Почта России не имеет себе равных по охвату территории, ведь почтовые отделения есть даже в самых отдаленных уголках нашей страны.

Ближайшие ее конкуренты предпочитают работать, прежде всего, в крупных городах, тем самым охватывая только часть населения страны. К тому же невысокая стоимость услуг и предоставление скидок до 50 % в зависимости от географического местоположения, тиража и объема заказов является, несомненно, приятным «бонусом».

Целью анкетирования явилось исследование удовлетворенности населения работой почтовых отделений города Орла. Был проведен опрос в форме анкетирования, в котором принимали участие респонденты пяти почтовых отделений города Орла. В каждом отделении было опрошено 10 человек в возрасте от 14 до 70 лет, что обусловлено наличием паспорта и дееспособностью. Респондентам были предложены следующие вопросы:

1. Как часто Вы посещаете почтовое отделение?
2. Удовлетворены ли Вы обслуживанием в данном отделении?
3. Как Вы оцениваете работу персонала (по пятибалльной шкале)?
4. Какие ассоциации (положительные или отрицательные) вызывает у Вас словосочетание Почта России?
5. Что Вам не нравится в работе почтового отделения?

В ходе выполнения исследования был проведен опрос 60 человек, из них 40% мужского пола, 60 % – женского.

На рис. 1 представлена информация о том, насколько часто посещают почтовые отделения мужчины и женщины.

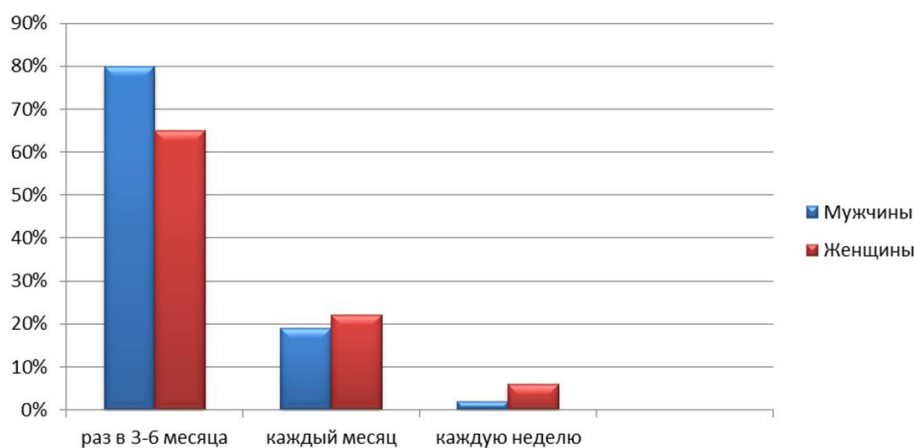


Рисунок 1 – Сегментация пользователей услуг Почты России по половому признаку

Как видно по рис. 1, женщины чаще мужчин пользуются услугами Почты России. Это может быть связано отчасти с тем, что представительницам слабого пола подчас выдается роль домашней хозяйки, и управление домашними делами возлагается на женщин в большей мере, нежели на представителей сильного пола.

В ходе выполнения исследования участникам было предложено ответить на вопросы, относящиеся к удобству пребывания в отделениях Почты России. По данным социологического опроса, обнаружилось, что 60 % участников в целом удовлетворяет комфортабельность помещения при оказании им почтовых услуг. Тем не менее, 40 % участников анкетирования высказались негативно о состоянии помещений Почты России.

Также необходимо было выяснить, как участники расценивают работу персонала по 5-балльной шкале. Сведения анализа по данному признаку наглядно представлены на рис. 2.

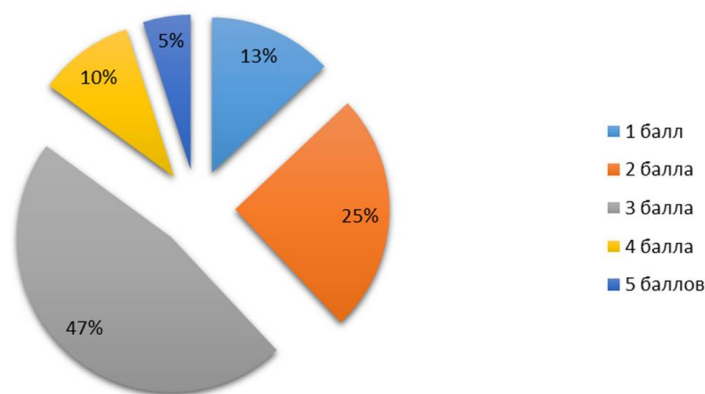


Рисунок 2 – Удовлетворенность респондентов качеством работы персонала Почты России

Как выяснилось, около половины опрошенных респондентов расценивают работу персонала на 3 балла, четверть опрошенных дала оценку в 2 балла, и лишь пять процентов респондентов отдали предпочтение наивысшей оценке в 5 баллов. Наиболее часто упоминаемая ассоциация со словосочетанием «Почта России»:

- вечные очереди;
- вежливое обслуживание;
- долгая доставка;
- задержка посылки;
- потеря почтовых извещений;
- невежливый персонал;
- толчея и суета;
- оплата коммунальных услуг.

Данные ассоциации позволили составить рейтинг в наибольшей степени значимых критериев, которые снижают качество услуг Почты России.

В ходе анализа ответов на вопрос: «Что Вам не нравится в работе почтового отделения?» был составлен рейтинг наиболее весомых критериев, которые снижают качество услуг Почты России и, следовательно, оказывают негативное влияние на образ компании.

Первым отрицательным явлением в работе Почты России явилась задержка с доставкой посылок и их утрата. Почтовые извещения тоже не всегда приходят в срок или теряются. Почти у каждого пользователя услуг Почты России возникали случаи с задержкой получения или утерей посылок, писем, и т.п. При анализе отзывов потребителей почтовых услуг было выявлено, что условия договора доставки неоднократно нарушались, что и повлияло на сроки доставки и сохранность почтовых отправлений.

Вторым отрицательным явлением в работе почтовых отделений является неудобный график их работы. Несмотря на то, что почта открыта на протяжении 8-часового рабочего дня, часы работы неудобны для большинства работающих граждан: обеденные часы на предприятиях совпадают с перерывами в почтовых отделениях, а в выходные и праздничные дни, как правило, почта не работает. Почтовые извещения, не дождавшись адресата, отправляются обратно отправителю. При таком режиме работы почтовых отделений их услугами удобно пользоваться лишь пенсионерам и домохозяйкам.

Третьим «минусом» в работе почтовых отделений является небрежность обращения с почтовыми отправлениями. Мотивация работников почты по сохранности вверенных им ценностей очень низка из-за размера заработной платы, она же сказывается на не приветливом отношении персонала с клиентами, что в итоге сказывается на отрицательном отношении к Почте России вообще.

Четвертым «минусом» можно назвать длительное ожидание в очередях и отсутствие комфорта в помещении почтовых отделений – отсутствие систем кондиционирования возду-

ха, достаточного количества посадочных мест для ожидания.

На наш взгляд, все вышеперечисленные недостатки можно существенно минимизировать или устранить. Для повышения удовлетворенности посетителей можно предложить следующие рекомендации:

- внедрить в отделениях электронную очередь, которая обусловливается отпуском талонов в специализированных автоматах, с помощью которых посетитель ориентируется в очереди;
- установить бесплатный Wi-Fi, который существенно повысит скорость передачи данных и предоставит комфорт посетителям;
- установить комфортабельную мебель в зале ожидания;
- расширить зону зала ожидания;
- осуществить оптимизированные логические системы, которые снизят сроки доставки;
- организовать услугу SMS – уведомления вместо постоянно теряющихся бумажных уведомлений, что повысило бы скорость их доставки и снизило бы риски их утери.

Вместе с тем, мы считаем, что решение вопросов технического оснащения, комфортности залов ожидания является лишь частью необходимой работы, поскольку главным фактором восприятия работы почтовых отделений являются их сотрудники, точнее, мотивированность последних в качественном и добросовестном выполнении своей работы.

В результате проведенного исследования были выявлены как отрицательные, так и положительные моменты во внутренней и внешней среде Почты России. Исходя из этого, предлагается выстроить обоснованную стратегию бизнеса на основе SWOT-анализа. SWOT-анализ предполагает определение сильных и слабых сторон в деятельности фирмы, потенциальных внешних угроз и благоприятных возможностей и их оценку относительно стратегически важных конкурентов (табл.1).

Таблица 1 – SWOT-анализ

	Strengths (Сильные стороны)	Weaknesses (Слабые стороны)
Внутренняя среда	1. Лидерство в отрасли 2. Низкая себестоимость 3. Большой охват территории 4. Актуальность услуг, несмотря на внедрение новых информационных технологий 5. Отправка посылок в отдаленные места	1. Слабая мотивация сотрудников 2. Отсутствие комфорта в помещениях 3. Неоптимизированные логистические системы (длительная доставка посылок) 4. Долгая обработка заказов 5. Небрежность обращения с отправлениями 6. Неудобный график работы 7. Недостаточно образованный персонал
Внешняя среда	Oppor tunities (Возможности) 1. Возможность повышения квалификации сотрудников за счет бесплатного государственного образования и курсов повышения квалификации 2. Государственная поддержка 3. Внедрение уже созданной во многих организациях системы Электронной очереди 4. Создание удобного графика работы 5. Оптимизация системы оповещения о посылках 6. Лоббирование конкурентов	Threats (Угрозы) 1. Появление конкурентов (развитие служб Экспресс-доставки) 2. Развитие электронной почты 3. Нестабильная экономическая ситуация в стране

Учитывая все вышесказанное, можно определить возможную стратегию, в которой предполагается направить все усилия на улучшение качества образования сотрудников Почты России. Без квалифицированного, грамотного и вежливого персонала, получающего достойную зарплату, невозможны никакие коренные изменения в работе почтовых отделений. Особое внимание в работе следует уделить трудовой дисциплине и ответственности при обращении с доставляемыми почтовыми отправлениями и грузами, а также вежливому обслуживанию клиентов. Для улучшения качества обслуживания следует организовать оптимизированные логические системы, которые сократят сроки доставки, а также создать Электронную очередь и систему оповещения о посылках, предоставить удобство и комфорт в залах ожидания. Важно отметить, что улучшение качества предоставляемых почтовых услуг положительно повлияет на имидж Почты России и ее актуальность в настоящее время. Кроме того, для реализации вышеперечисленных мероприятий следует внедрить услугу sms-оповещений вместо почтовых извещений бумажного типа.

Список литературы:

1. HR-portal для специалистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/blog/kak-pravilno-provodit-oprosy-sotrudnikov>.
2. Преспортал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://presportal.ru/webresheniya/kak-provesti-anketirovanie-onlajn>.
3. Малявкина Л.И., Савина А.Г. Математический алгоритм выявления скрываемой информации в ходе социологических обследований // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4 (16). – С. 40-43.
4. Энциклопедия экономиста. Анкетирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/anketirovanie.html>.

УДК 347.732.6

Маслова Т.В.

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

*Маслова Татьяна Владимировна**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tata.maslova2017@yandex.ru

Объектом исследования статьи является рейтинг и надежность страховых компаний и их роль в продвижении страхования. Рассматриваются факторы, которые формируют рейтинг страховых организаций.

Ключевые слова: страховая компания, надежность, рейтинг страховой организации, финансовая устойчивость, PR-кампания.

Современная ситуация на страховом рынке такова, что далеко не всегда, у граждан складывается позитивное мнение о страховых компаниях. Результаты опроса, который был проведен с помощью интернет-ресурса в январе 2017 года, дали возможность сделать выводы о наличии недостатка, который объединяет все страховые организации, – это недостаточная информированность населения о страховании в целом (что это такое, для чего нужно, какие существуют виды страхования и зачем они нужны) и, самое главное, о достоинствах и преимуществах страхования (табл. 1).

* *Научный руководитель: Воронкова Ирина Евгеньевна, доктор исторических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: irivoronkova@yandex.ru*