

УДК 338
ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЛОЯЛЬНОСТЬ
ЗАКАЗЧИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Е.С. ФИТЦОВА

Научный руководитель И.А. ЛУГОВАЯ
ГУ ВПО «БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На сегодняшний день все большее значение приобретает удержание уже существующих клиентов – стимулирование повторных покупок в сочетании с построением эмоциональной приверженности. В строительной отрасли данный вопрос стал немаловажным в условиях экономического кризиса. В настоящее время поиски новых клиентов все чаще и чаще оказываются безуспешными, а постоянные заказчики ищут новые организации с более выгодными условиями сделок. Данная ситуация обусловила важность для руководства строительных фирм анализа факторов, влияющих на степень лояльности клиентов, так как результаты данного анализа помогут определить основные направления деятельности фирмы в условиях кризиса, необходимые для более успешной работы с постоянными заказчиками.

В процессе принятия решения о подаче заявки на строительную услугу заказчики испытывают влияние множества факторов. Поскольку многие предприятия предлагают фактически одинаковые товары и услуги, потребителям строительных услуг сложно сделать правильный выбор, используя формальные критерии отбора. Если организации предлагают примерно одинаковые условия предоставления услуг, при принятии решения о покупке усиливается влияние личных факторов. Если же услуги конкурирующих предприятий имеют четкие отличительные черты, покупатели больше учитывают экономические факторы.

Сильное влияние на заказчиков строительных услуг оказывают текущие и ожидаемые события в окружающей экономической среде. Особенно важным данный фактор становится в период экономического кризиса. По мере роста экономической неопределенности заказчики уменьшают объемы новых инвестиций. На заказчиков также влияет развитие технологий, политика и конкуренция в окружающей среде. Субъект рынка строительных услуг должен отслеживать эти факторы, определять степень их воздействия на клиентов и стараться обратить их в свою пользу.

Руководителям строительных организаций бывает довольно сложно определить, какие межличностные факторы и силы действуют на их клиентов при осуществлении заказов. Данные факторы зачастую трудноуловимы. По мере возможности предприятия должны стараться выявить эти факторы и принимать их в расчет при выработке стратегии.