

Прегледни рад

*Диана ТИФАНЮК**

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

*Ирина ПРЯДКО***

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ НА ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация: Целью статьи является исследование некоторых актуальных на современном этапе вопросов управления качеством обслуживания клиентов на транспортных предприятиях. Использовались методы анализа и синтеза, группировок и систематизации. Установлено, что эффективная система управления качеством обслуживания клиентов транспортных компаний формирует условия для долгосрочных партнерских отношений с потребителями, способствует формированию стабильного рынка сбыта продукции и услуг, повышению экономической эффективности деятельности предприятия и обеспечивает достижение долгосрочного конкурентного преимущества предприятия.

Ключевые слова: обслуживание клиентов; показатели потребительского качества; показатели качества транспортного обслуживания клиентов; система качества транспортного предприятия.

В последнее время рынок транспортных услуг в РФ претерпел значительные изменения. Если в 90-е годы большинство предприятий создавали собственные транспортно-логистические структуры, то сегодня все больше собственников и управляющих отдают предпочтение сторонним поставщикам подобных услуг. Платить за качественный сервис стороннему исполнителю и фокусировать усилия на развитии своего направления бизнеса – разумное решение. Необходимо посмотреть на реальную картину с точки зрения управления качеством обслуживания потребителей транспортно-логистических услуг.

* доцент, Diana.tifanyuk@gmail.com

** мастер, ir.priadko15@yandex.ru

С развитием рынка транспортно-логистических услуг неуклонно росла и конкуренция. Для каждого игрока на этом рынке, который строил определенные планы по развитию, наступал момент осознания того, что работать «как раньше», получать прежние результаты и развиваться, уже невозможно, потому что изменился рынок. И тогда собственники неявно или осознанно приходили к решению создать в бизнесе механизмы управления качеством предоставляемых услуг, чтобы успешно конкурировать с другими игроками на рынке. Можно сказать, что конкуренция является одним из наиболее влиятельных факторов, которые привели к появлению такого понятия как управление качеством обслуживания потребителей транспортно-логистических услуг и его актуализации.

Для исследования актуальных вопросов управления качеством обслуживания клиентов на транспортных предприятиях раскрыты некоторые необходимые понятия.

Под клиентом понимается любой потребитель товаров, работ, услуг, предлагаемых предприятием на рынке.¹

Процесс предоставления транспортных услуг в соответствии с установленными нормами и требованиями называется транспортным обслуживанием. Обслуживание клиентов (потребителей) транспортных предприятий – это процесс, нацеленный на управление цепью поставок на основе создания существенных выгод, содержащих добавленную стоимость.² Необходимо отметить, что в целях обеспечения требуемого уровня обслуживания постоянно усложняющихся запросов клиентов при минимальных общих издержках повышается актуальность управления качеством обслуживания потребителей транспортных услуг.

Можно выделить две группы показателей качества продукции, в том числе и транспортной, – производственного и потребительского качества. Первая группа показателей производственного качества – это внутренние показатели транспортного предприятия (к ним можно отнести производительность транспортных средств, продолжительность выполнения технологических операций и т.п.).

Ко второй группе – показателей потребительского качества – можно отнести показатели, в улучшении которых есть заинтересованность именно потребителя. Транспортное предприятие заинтересовано в их повышении ровно в той степени, в которой данное повышение приведет к росту спроса на транспортные услуги. Показатели потребительского качества в транспортных предприятиях можно также назвать «показателями качества транспортного обслуживания клиентов».

1 Криворучко О. Н. Основы логистического управления качеством транспортных услуг // Экономика транспортного комплекса. № 28. 2016. С. 95.

2 Грицюта Т. М. Ориентация на потребителя в работе логистического предприятия // Стандарты и качество. № 9. 2017. С. 107.

Таким образом, клиент транспортного предприятия является заинтересованной стороной в предоставлении услуг соответствующего уровня качества обслуживания и в полном объеме.

Потребительское качество как уровень качества транспортного обслуживания клиентов складывается из следующих составляющих:

- уровня соблюдения скоростей и сроков доставки грузов;
- уровня регулярности (или ритмичности) доставки грузов «точно в срок»;
- полноты удовлетворения спроса на транспортные услуги;
- уровня сохранности перевозимых грузов;
- уровня комплексности обслуживания грузовладельцев;
- уровня безопасности перевозок;
- уровня экологичности транспортных процессов;
- транспортной доступности грузовладельцев.

Как видно из определения, приведенного в ГОСТ Р 51006-96, «качество транспортных услуг – совокупность характеристик пассажирских, грузовых перевозок или транспортной экспедиции, определяющих их пригодность удовлетворять потребности пассажиров, грузоотправителей и грузополучателей в соответствующих перевозках или работах».³ Данная категория характеризует выполнение любого вида перевозок, выполнение которых устроило бы всех клиентов транспортных предприятий.

Таким образом, качество транспортного обслуживания клиента характеризует степень его удовлетворенности предоставленной услугой.⁴

К ключевым параметрам качества транспортного обслуживания потребителей относятся:

- время от получения заказа на перевозку до доставки;
- надежность и возможность доставки по требованию;
- наличие запасов, стабильность снабжения;
- полнота и степень доступности выполнения заказа;
- удобства размещения и подтверждения заказа;
- объективность тарифов и регулярность информации о затратах на обслуживание;
- возможность предоставления кредитов;
- эффективность переработки грузов на складах;
- качество упаковки, а также возможность выполнения пакетных и контейнерных перевозок.

3 ГОСТ Р 51006-96 Услуги транспортные. Термины и определения [Электронный ресурс]: <http://www.rags.ru/gosts/gost/18787/>

4 Демьянович И. В. Экспертные методы решения проблем качества транспортных услуг. Проблемы современной экономики. № 1 (37). 2011

Не менее важными являются следующие направления, непосредственно влияющие на эффективность управления качеством обслуживания клиентов транспортных предприятий:

– при оказании транспортных услуг в процессе выбора возможных технико-технологических операций обязательно предусматривается многовариантность обслуживания клиента;

– сочетание клиентских потребностей, которых у потребителя может быть несколько, и их транспортному предприятию следует рассматривать комплексно, а также стараться удовлетворить их системно;

– в процессе заключения договора с клиентом необходимо четко зафиксировать следующие параметры: запросы (время, место, стоимость услуг, страхование рисков, возможные ущербы и др. характеристики);

– запросы клиентов могут меняться в процессе оказания транспортных услуг, но и в этой ситуации транспортный процесс в обязательном порядке необходимо адаптировать под них.

Для реализации транспортных услуг, предприятия стараются придать им качества, которые отвечают потребностям покупателя, но отличаются от конкурентов. Ведь каждое предприятие стремится сделать свою продукцию (услугу) более уникальной и неповторимой для эффективной продажи. В настоящее время, транспортным предприятиям дороже привлечь новых потребителей, нежели удержать уже имеющихся.⁵

Транспортные предприятия должны функционировать таким образом, чтобы полностью удовлетворять требования потребителей с возможно малыми затратами. Однако проблемой является то, что на сегодняшний момент нет широко используемых эффективных количественных методов оценки качества обслуживания клиентов, качества услуг в целом, в связи с их особенностями, которые можно свести к следующим:

- неосвязаемость услуг (их нельзя пощупать);
- потребитель услуг зачастую сам участвует в процессе оказания услуг;
- потребитель услуг не становится их собственником;
- оказание услуг – это процесс, и он не может быть протестирован перед оплатой;
- процесс оказания услуг может состоять из системы более мелких действий, тогда как качество зависит от итоговой оценки.

В общем, оценка качества обслуживания клиента – одна из самых сложных проблем современной науки. Большинство характеристик качества услуг не имеют количественной меры. В основе определения качества

5 Луганская Э. Р., Гусельникова М. Е., Казарин Д. А. Логистический сервис как инструмент конкурентоспособности компании // В сборнике: Концепции фундаментальных и прикладных научных исследований. Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции: в 6 частях. 2017. С. 13.

услуг лежит мнение клиента, его удовлетворение и восприятие полученной услуги. Понятие «воспринятое качество» определяется как соотношение ожиданий потребителя и восприятия им полученной услуги.

В качестве инструмента для измерения и мониторинга степени удовлетворенности потребителей качеством транспортного обслуживания предприятиям предлагается использовать метод SERVQUAL,⁶ основанный на измерении качества услуги с помощью количественного показателя – индекса качества SQI, отражающего соотношение воспринятого и ожидаемого качества услуги. Данный метод исследования позволяет получить целостное представление об ожиданиях и фактическом уровне восприятия клиентами качества предоставляемых услуг, о приоритетных для него параметрах оценки качества обслуживания дает возможность выявить неудовлетворенные потребности клиентов, определить «разрывы», возникающие в процессе обслуживания и сформировать информационную базу для эффективного управления качеством обслуживания с учетом ожиданий и предпочтений клиентов.

Полученные в результате расчетов значения частных и групповых индексов и общий индекс качества подлежат детальному анализу, на основании которого рекомендуется разработать конкретные рекомендации относительно повышения/поддержания уровня качества исследуемой услуги и, соответственно, повышения степени удовлетворенности клиентов транспортной компании.

Практика говорит о том, что в 80% случаев проблемы качества обслуживания клиентов связаны с потерей управления предприятием. Для решения данной проблемы необходима эффективная модель системы качества, которая включена в общую систему управления компанией.

Перечислим основные свойства хорошо организованной и эффективно функционирующей системы качества транспортного предприятия:

- система правильно применяется, а также воспринимается и понимается сотрудниками предприятия, а также обладает необходимыми ресурсами, что обеспечивает ее эффективность;
- предоставляемые транспортные услуги наиболее полно удовлетворяют запросы и ожидания потребителей;
- учитываются такие параметры, как влияние на окружающую среду, а также потребности общества;
- главное внимание уделяется не ликвидации негативных ситуаций после их возникновения, а их предотвращению.

Рассмотренная система, помимо решения вопросов обеспечения качества обслуживания клиентов транспортных предприятий, повышает уровень дисциплины, снижает непроизводительный труд, а также облегчает

6 Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // J. of Retailing, 1988. Vol. 64, no. 1. P. 12–40.

работу с потребителями. Внедрение и управление системой качества должно определяться задачами, услугами (продукцией), процессами, а также индивидуальными особенностями конкретного транспортного предприятия. Помимо этого она должна отвечать требованиям постоянного улучшения качества обслуживания в соответствии с предполагаемыми потребностями потребителя.⁷

Управление транспортным предприятием должно, прежде всего, основываться на запросах клиентов. Потребителя могут привлечь такие параметры как минимальные сроки доставки, стопроцентная сохранность груза при доставке, удобства по приему и их сдаче, возможность получения достоверной информации о тарифах, а также условиях перевозки и местонахождении груза. Только при выполнении данных условий потребитель будет готов нести все соответствующие затраты.

Резюмируя, отметим, что когда затрагиваются вопросы качества транспортных услуг и транспортного обслуживания клиентов, управленческому персоналу необходимо помнить и учитывать следующие особенности:

- при выборе клиентом совокупности услуг требуется рассматривать все возможные варианты уровней транспортного обслуживания;

- у потребителя транспортной услуги может быть несколько потребностей, что в некоторых случаях влечет за собой соответствие свойств и характеристик услуг одновременно нескольким, а зачастую и противоречащим друг другу требованиям;

- при заключении договора необходимо четко оговаривать и фиксировать запросы и потребности клиентов;

- со временем потребности клиента могут измениться, что обуславливает необходимость периодического проведения маркетинговых исследований. Каждый отдельный вид транспортной услуги требует серьезного изучения и анализа;

- потребности и запросы потребителей транспортных услуг как правило выражаются в определенных свойствах с количественной их характеристикой и включают следующие аспекты: безопасность, функциональная пригодность, эксплуатационная готовность, надежность, экономические факторы, экологичность и т.д.;

Эффективная система управления качеством обслуживания клиентов транспортных компаний формирует условия для долгосрочных партнерских отношений с потребителями, способствует формированию стабильного рынка сбыта продукции и услуг, повышению экономической эффективности деятельности предприятия и обеспечивает достижение долгосрочного конкурентного преимущества предприятия.

7 Демьянович И. В. Экспертные методы решения проблем качества транспортных услуг. Проблемы современной экономики. № 1 (37). 2011

ЛИТЕРАТУРА

- Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // J. of Retailing, 1988. Vol. 64, no. 1. P. 12–40.
- ГОСТ Р 51006-96 Услуги транспортные. Термины и определения [Электронный ресурс]: <http://www.rags.ru/gosts/gost/18787/>
- Грицюта Т. М. Ориентация на потребителя в работе логистического предприятия // Стандарты и качество. № 9. 2017. С. 107.
- Демьянович И. В. Экспертные методы решения проблем качества транспортных услуг. Проблемы современной экономики. № 1 (37). 2011.
- Криворучко О. Н. Основы логистического управления качеством транспортных услуг // Экономика транспортного комплекса. № 28. 2016. С. 95.
- Луганская Э. Р., Гусельникова М. Е., Казарин Д. А. Логистический сервис как инструмент конкурентоспособности компании // В сборнике: Концепции фундаментальных и прикладных научных исследований. Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции: в 6 частях. 2017. С. 11–14.

Диана ТИФАЊУК

Ирина ПРЈАДКО

АКТУЕЛНА ПИТАЊА УПРАВЉАЊА КВАЛИТЕТОМ УСЛУЖИВАЊА
КЛИЈЕНАТА НА ТРАНСПОРТНИМ ПРЕДУЗЕЋИМА

РЕЗИМЕ

Циљ чланка је проучавање актуелних питања у садашњој фази управљања квалитетом услуживања клијената на транспортним предузећима. Коришћене методе анализе и синтезе, групације и систематизације. Утврђено је да ефикасан систем управљања квалитетом услуживања клијената транспортних компанија ствара услове за дугорочно партнерство са потрошачима, доприноси формирању стабилног тржишта за пласирање производа и пружање услуга, повећава економску ефикасност делатности предузећа и осигурава постизање дугорочне конкурентске предности предузећа.

Кључне речи: услуге клијената; индикатори квалитета потрошача; показатељи квалитета транспортне услуге превозења; систем квалитета транспортног предузећа.