

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

**ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ И
ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ОАО РЖД**

Магистерская диссертация

обучающегося по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент заочной формы обучения,
группы 09001674

Богатыревой Ольги Олеговны

Руководитель
к.э.н., доцент
Герасименко О. А.

Рецензент
Фомина Е.В.
Начальник Белгородского
агентства фирменного
транспортного
обслуживания ОАО «РЖД»

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ	8
1.1 Методические подходы к определению понятия качества	8
1.2 Оценка качества услуги, как особого вида деятельности	15
1.3 Особенности предоставления транспортных услуг	29
Выводы по главе	49
ГЛАВА 2 УСЛУГИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА: ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПЕРЕВОЗКИ ПассаЖИРОВ И ГРУЗОВ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	51
2.1 Место железнодорожного транспорта в транспортной инфраструктуре региона	51
2.2 Направления развития железнодорожного транспорта и подходы к оценке качества предоставления услуг и обслуживания клиентов	64
Выводы по главе	78
ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	80
3.1 Методика оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД», с учетом особенностей транспортных услуг железнодорожного транспорта	80
3.2 Оценка экономической эффективности применения разработанной методики оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД»	88
Выводы по главе	97
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	98
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	101
ПРИЛОЖЕНИЯ	111

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Железнодорожный транспорт играет значительную роль в освоении и организации территорий, развитии экономики, жизнеобеспечении населенных пунктов и относится к важнейшим видам транспорта в Российской Федерации. В связи с этим исследованиям, связанным с железнодорожным транспортом уделяется особое внимание. На сегодняшний день значительно возрос интерес к проблеме рационализации транспорта. Это обусловлено тем, что эффективность деятельности предприятий, а, соответственно, и их жизнеспособность, напрямую связана с транспортным фактором, и тем, что сама сущность рынка заключается в обмене товарами и услугами, который невозможен без использования транспорта. Транспорт является важнейшей составляющей рыночной инфраструктуры. Эффективное функционирование железных дорог Российской Федерации играет исключительную роль в создании условий для перехода на инновационный путь развития и устойчивого роста национальной экономики, а также способствует созданию условий для обеспечения лидерства России в мировой экономической системе. Перспективы дальнейшего социально-экономического развития регионов и страны в целом, защита национального суверенитета и безопасности напрямую зависят от качества работы железнодорожного транспорта.

Степень научной разработанности темы исследования. Научная постановка проблемы совершенствования моделей оценки качества предоставляемых услуг потребовала изучения и использования трудов отечественных и зарубежных ученых. Фундаментальные основы оценки качества услуги, как особого вида деятельности были положены Л. Берри, Дж. Блайтом, Л. Ван Дер Вагеном, К. Грэнроосом, Э. Гуммессоном, М. Джонсом, Р. Джонстоном, Л.П. Карбоном, Е. Кацем, К. Нэшем, С. Онквистом и Дж. Дж. Шо, А. Парасурманом, М.Е. Пулманом,

С. Спеллером, Дж. Хейвудом-Фармером, С. Хекэлем, В. Цейтамлем, П.М. Чиснолом, Б. Шнейдером и другими. Изучение и анализ существующей научной базы по исследуемой проблеме позволяет констатировать значимость данного исследования, в связи с имеющимися нерешенными вопросами методов оценки удовлетворенности потребителей услуг железнодорожного транспорта.

Проблема исследования исходит из предположения о том, что разработанная методика оценки и совершенствования качества услуг железнодорожного транспорта, которая опирается не только на социологические методы, но и формальные критерии показателей качества услуг железнодорожного транспорта, но и их весомость, определенную на основе методики SERVQUAL, а также фиксирует разницу между ожидаемым и воспринятым качеством, позволит достовернее провести оценку качества предоставления услуг и выявить наиболее эффективные направления инвестирования для повышения качества услуг железнодорожного транспорта.

Объектом исследования данной работы является предоставляемые ОАО «РЖД» транспортные услуги.

Предметом исследования являются оценка качества предоставления ОАО «РЖД» транспортных услуг.

Цель данной диссертационной работы заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию оценки качества предоставления ОАО «РЖД» транспортных услуг.

Задачи данной диссертационной работы следующие:

- систематизировать существующие методические подходы к определению понятия качества;
- исследовать оценку качества услуги, как особого вида деятельности;
- выявить особенности предоставления транспортных услуг;
- определить место железнодорожного транспорта в транспортной инфраструктуре региона;

- систематизировать направления развития железнодорожного транспорта и подходы к оценке качества предоставления услуг и обслуживания клиентов;

- разработать методику оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД», с учетом особенностей транспортных железнодорожного транспорта;

- провести оценку эффективности предлагаемой оценки качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД».

Теоретико-методологическую основу исследования составляют труды отечественных и зарубежных авторов посвященные оценке качества услуг и оценке качества транспортных услуг, в частности, материалы научных конференций, специализированных периодических изданий.

Методы исследования. В процессе написания диссертационной работы применялись следующие общенаучные методы: анализ, синтез, индуктивно-дедуктивный метод, системный подход. Для решения отдельных задач использовались специфические методы логического, статистического анализа, методика SERVQUAL.

Эмпирическую базу исследования составили электронные сборники статистической информации, в частности сборники, представленные Федеральной службой государственной статистики РФ, нормативно-правовые акты Российской Федерации, нормативные документы ОАО «РЖД», своды данных аналитической группы РИА Новости, а также материалы собственных исследований, проведенных методом анкетирования и опросов.

Научная новизна исследования состоит в научном обосновании предложенной модели оценки качества предоставляемых железнодорожных услуг. Предложенная модель сочетает формальные критерии показателей качества услуг и их весомость, определенную на основе методики SERVQUAL и фиксирует разницу между ожидаемым и воспринятым

качеством, что позволит более корректно оценить качество предоставляемых услуг, предоставляемых железнодорожными транспортными компаниями.

Практическая значимость результатов исследования заключается в следующем:

1. Проведено исследование формальных критериев показателей качества услуг и их весомости, определенных на основе методики SERVQUAL.

2. Разработана методика оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов железнодорожного транспорта, позволяющая выявить наиболее эффективные направления инвестирования для повышения качества услуг железнодорожного транспорта.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения диссертации публиковались в научных сборниках и журналах:

1. Богатырева О.О. Порядок работы руководителя при разработке и реализации управленческих решений // Форум молодых ученых. - №1 (5). – 2017. – С. 103-106.

2. Богатырева О.О. Роль управления качеством выпускаемой продукции в развитии предприятия // Экономика и социум. - №4 (35). – 2017. – С. 1780-1783.

3. Богатырева О.О. Теоретические особенности понятия и методики оценки качества услуг // Форум молодых ученых. - №5-1 (21). – 2018. – С. 565-569.

4. Богатырева О.О. Оценка качества услуги, как особого вида деятельности // Управленческий конгресс. – Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2018. – С. 137-140.

Результаты исследования планируются к внедрению в практику работы Белгородского агентства фирменного транспортного обслуживания, что подтверждается документами о внедрении.

Структура и содержание работы. Диссертационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, содержит 9 таблиц, 12 рисунков, 2 приложения. Список литературы включает 70 наименований.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

1.1 Методические подходы к определению понятия качества

Несмотря на то, что история исследования содержания категории «качество» насчитывает сотни лет, в современной теории и практики управления до сих пор не существует единого подхода к определению данной категории. Категория качества в настоящее время имеет несколько аспектов: экономический, социальный, управленческий, личностный и другие, которые отображают разнообразие трактовок и подходов к определению данной категории, в зависимости от объекта исследования.

В управлении и экономике термин «качество» прежде всего, связан с созданием и использованием продукции и услуг, поэтому объектом исследования и управления здесь является в первую очередь качество продукции и услуг, причем его восприятие каждым человеком во многом зависит от роли, которую он играет в процессе их производства и потребления. Вопросы качества как экономической категории, а также управления им рассматривались еще в середине прошлого века: экономист Дж. М. Джуран в своей работе «Справочник по контролю качества» провел аналогию между качеством и «золотой жилой». В дальнейшем вопросам качества были посвящены многие исследования, в том числе в области управления затратами, связанными с качеством: в работах У.Дж. Массера, Г. Фримана, В. Фейгенбаума впервые была предложена классификация затрат, связанных с качеством, содержащая три категории: предупреждение; оценка и контроль; дефекты [12].

Рассмотрим определения качества, предложенные зарубежными и российскими учеными, которые исследовали проблему качества в своих работах [15, 60] (таблица 1.1.1).

Таблица 1.1.1 – Определения термина «качество» в работах различных авторов (составлено автором)

Автор	Определение качества
У.Э. Деминг	«Качество можно определить только пользуясь системой оценок того человека, который пользуется товаром, кто судит о качестве»
В. Шухарт	Различие между предметами. Дифференциация по признаку «хороший – плохой»
К. Исикава	Качество имеет два аспекта: объективные физические характеристики Субъективная сторона - насколько вещь «хороша»
Дж. Джуран	Пригодность для использования (соответствие назначению) Субъективная сторона: качество есть степень удовлетворения потребителя (для реализации качества производитель должен узнать требования потребителя и сделать свою продукцию такой, чтобы она удовлетворяла этим требованиям)
А. Фейгенбаум	Качество изделия или услуги можно определить как общую совокупность технических, технологических и эксплуатационных характеристик изделия или услуги, посредством которых изделие или услуга будут отвечать требованиям потребителя при их эксплуатации
Дж. Харрингтон	Качество - удовлетворение ожиданий потребителя за цену, которую он себе может позволить, когда у него возникает потребность Высокое качество - превышение ожиданий потребителя за более низкую цену, чем он предполагает
Г. Тагути	Качество - это потери, нанесенные обществу с момента поставки продукта
Ф. Татарский	«Качества вообще не бывает, а бывает оно только применительно к конкретным требованиям конкретных потребителей и оказывается, как правило, неким компромиссом между качеством и ценой»
В.Ю. Огвоздин	«Качество - это совокупность объективно существующих свойств и характеристик продукции или услуги, уровень которых определяется сортностью или другими оценками качества, характеризующими потребительную стоимость продукции»
Л.А. Гоберман и В.А. Гоберман	«синтезированное качество - установленная совокупность потребительских полезностей продукции, возникающую в результате взаимодействия потребителя и производителя и способную удовлетворять социально-экономические потребности в течение регламентированного срока действия (службы) и в соответствии с функциональным назначением продукции»
Э.М. Вейцман	«качество потребительной стоимости - это своего рода уровень научно-технической гармонии, в ней заключенной»

Таким образом, в настоящее время многие ученые связывают понятие «качество» с удовлетворением определенных ожиданий и запросов потребителей в отношении того или иного товара или услуги. Носителями потребностей могут быть отдельные личности, социальные группы,

общество в целом. С точки зрения управления качеством характеристики потребностей должны соответствовать характеристикам качества объекта.

Определение категории «качество» с помощью таких понятий, как ожидания и запросы потребителей, совсем не случайно. Более того, закономерно. С начала XX века стало складываться так называемое общество потребления, которое окончательно сформировалось к середине столетия. Главной фигурой такого общества является потребитель. Его требования (если они социально безопасны) защищаются государством и обществом. Последнее характеризуется следующими чертами:

- развитие свободной торговли, международного рынка товаров и услуг. Потребитель может приобретать товар, произведенный в любой стране. Следствием этого является резкое обострение конкуренции производителей, усиление их борьбы за повышение качества продукции и конкурентные цены, за снижение сроков выхода товара на рынок;

- развитие систем государственной и общественной защиты прав потребителей на качественную продукцию и услуги, которые не только позволяют им взыскивать с производителя ущерб за недоброкачественную продукцию и услуги, но и предупреждают появление такой продукции на рынке, а также ограничивают монополизацию рынка производителем. Следствием этого является необходимость производителя предоставлять потребителю систему доказательств качества товара еще до того, как потребитель данный товар приобрел;

- достаточно высокий уровень самосознания потребителей, которые согласны платить за качество и готовы сотрудничать с производителем в целях его повышения [13].

Названные факторы обусловили появление нового понимания категории «качество», которое характеризует такое состояние объекта, такую совокупность его свойств, которые призваны удовлетворять или превосходить ожидания потребителей. Именно данное определение качества было закреплено в международных стандартах ИСО серии 9000 в 1994 году,

содержание которых заключалось в установлении требований к организации деятельности в области управления качеством на предприятиях по всему миру. Следование данным стандартам является добровольным, однако их соблюдение признается международным сообществом как доказательство высокой эффективности предприятия и стабильного уровня качества выпускаемой продукции (услуг). Названные стандарты определяли качество как «совокупность свойств объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности». При этом под объектом понимается все, что может быть индивидуально описано и рассмотрено. Объектом может быть деятельность или процесс, продукция, организация, система или отдельное лицо, а также любая комбинация из них.

В МС ИСО серии 9000 (2000 год) дана новая трактовка категории «качество», как степени, с которой совокупность собственных характеристик объекта выполняет требования. Таким образом, стандарты исходят из того, что качество объекта определяется его потребительскими свойствами, поскольку для потребителя в первую очередь важно то, насколько объект удовлетворяет его потребности. Однако более полным, на наш взгляд, можно считать следующее определение: «Качество - это определенность, включающая совокупность свойств объекта, позволяющих ему удовлетворять различные уровни потребностей и находящихся в постоянном движении, изменении, преобразовании». Такое определение относится не только к качеству продукции и услуг, которые выступают объектом купли-продажи на рынке, но также к качеству различных социальных процессов и явлений, таких, как качество образования и качество трудовой жизни. Оно отражает современный уровень понимания проблемы качества, решение которой является приоритетом социально-экономического развития во всем мире.

Законодательство Российской Федерации относит качество к обязательным требованиям к любому товару (работе, услуге). Статья 4

Закона РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 «О защите прав потребителей» определяет качество товара (работы, услуги) как:

- соответствие договору (если в договоре есть условия о качестве);
- пригодность для целей, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется (если в договоре нет условия о качестве);
- пригодность для использования в конкретных целях (если продавец (исполнитель) при заключении договора был поставлен в известность об этих целях);
- соответствие требованиям стандарта (если они предусмотрены стандартом).

С философской точки зрения любой объект обладает качеством в силу сущностной определенности, в то время как социально-экономический аспект качества проявляется лишь в случае наличия потребности, которую призван удовлетворять объект. При этом трактовки категории «качество», несмотря на наличие нормативных документов, отражающих его содержание не исчерпываются рассмотренными выше.

В книге «Что такое качество?» В.А. Гличев, В.П. Панов, Г.Г. Азгальдов на основе анализа 232 литературных источников, в которых приводится определение термина «качество», предложено объединить существующие подходы к определению термина «качество» в следующие группы:

1. Качество как абсолютная оценка. Подходы, относящиеся к данной группе определяют качество, как синоним превосходства. В 1931 году У. Шухарт определял качество как добротность, совершенство товара, тем самым представляя качество товара абсолютным, признаваемым всеми признак бескомпромиссного соответствия стандартам. Согласно этому подходу качество нельзя измерить - оно является принадлежностью товара. Однако совершенство - категория абстрактная и субъективная, его восприятие людьми может значительно различаться. Поэтому подобное

определение качества не может быть положено в основу оценки или измерения свойств продукции или услуг.

2. Качество как свойство продукции. Качество - производная от какого-либо измеримого количественного параметра продукта. Качество выше, если параметр больше. Однако подобное определение является слишком узким, так как оно не отражает полезность продукции для потребителя.

3. Качество как соответствие назначению. Качество – способность продукта или услуги выполнять свои функции. Дж. Джуран определял качество изделия или услуги как пригодность для использования. Однако данный подход не учитывает специфические требования к продукту, имеющиеся на различных рынках. Продукт, способный полностью выполнять необходимые функции на одном рынке, может оказаться неподходящим для другого рынка.

4. Качество как соответствие стоимости. Качество определяется как соотношение полезности и цены продукта. Дж. Харрингтон определял качество как удовлетворение ожиданий потребителей за цену, которую он себе сможет позволить, когда у него возникает потребность. С этой точки зрения качественным является продукт, который по своим полезным свойствам соответствует продуктам конкурентов, но продается дешевле либо превосходит по своим характеристикам аналогичные товары при равной цене. Такой подход ставит перед производителями цель поиска баланса между совершенствованием потребительских свойств продукции и снижением издержек по ее производству и реализации.

5. Качество как соответствие стандартам. Качество определяется как соответствие техническим стандартам и условиям, которые включают в себя целевые и допустимые значения тех или иных параметров продукции или услуг. Однако технические стандарты и условия должны соответствовать требованиям потребителей [49].

Каждый из предложенных подходов может быть применен в зависимости от субъективного восприятия свойств и полезности предмета каждым отдельным индивидом.

Определить и оценить качества услуги в отличие от оценки качества товара намного сложнее. Трудно измерить качество услуги, так как ее неосвязаемость подразумевает отсутствие таких физических параметров, как производительность, функциональные характеристики, стоимость ремонта, которые обычно используются в качестве исходных данных для последующего анализа.

Существуют различные подходы к толкованию понятия «качество услуги». Наиболее употребляемым является определение, данное в Международном стандарте ИСО 8402-94 «Управление качеством и обеспечение качества. Словарь»: «Качество услуги — это совокупность характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности». В МС ИСО 8402-94 также принят термин «качество обслуживания», которое рассматривается как совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

При рассмотрении качества услуг часто употребляются нестандартизированные определения: «соответствует — не соответствует требованиям», «выше уровня — ниже», «хорошо — плохо», «удовлетворяет потребности — не удовлетворяет» и т.д. Широкое распространение нестандартизированных терминов в отношении качества услуг вполне оправдано, так как позволяет показать всю многогранность качественных характеристик в деятельности предприятий по предоставлению услуг.

В управлении и экономике термин «качество» прежде всего, связан с созданием и использованием продукции и услуг, поэтому объектом исследования и управления здесь является в первую очередь качество продукции и услуг, причем его восприятие каждым человеком во многом

зависит от роли, которую он играет в процессе их производства и потребления [44].

Таким образом, понятие «качество» многими учеными связывается с удовлетворением определенных ожиданий и запросов потребителей в отношении того или иного товара или услуги, с соответствием характеристик объекта тем или иным характеристикам потребностей. На наш взгляд наиболее полно современный уровень понимания проблемы качества, выражается следующим определением: «Качество - это определенность, включающая совокупность свойств объекта, позволяющих ему удовлетворять различные уровни потребностей и находящиеся в постоянном движении, изменении, преобразовании». Оно отражает решение, которое является приоритетом социально-экономического развития во всем мире. Значительный разброс в трактовках категории качества, вызван сложностью самой категории, разнообразием объектов, обладающих качеством, различиями восприятия свойств объекта отдельным человеком, особенностями семантики. Понятие «экономика качества» не всеми специалистами воспринимается однозначно, поскольку некоторые из них считают, что достичь абсолютного качества невозможно, а иногда экономически даже невыгодно. В этой связи получило развитие такое понятие как «допустимый или достаточный уровень качества, обеспечивающий удовлетворение потребностей клиентов и максимизирующий прибыль производителя», которое будет использоваться в данной работе.

1.2 Оценка качества услуги, как особого вида деятельности

Оценка качества услуг как самостоятельная концепция стала развиваться с середины 1970-х годов, на этапе перехода к экономике услуг. Исследованию категории «оценка качества услуги» посвящено значительное количество работ как зарубежных, так и отечественных ученых, что

предопределяет необходимость систематизации существующих подходов к ее определению для проведения исследования.

Существует пять основных подходов к определению категории «оценка качества услуг».

Первый подход исходит из того, что качества является абсолютной оценки. В рамках этого подхода В. Цейгамль предложил одно из первых определений качества услуги: «Качество услуги – это суждение потребителя о совершенстве или превосходстве услуги». На сегодняшний день преобладающим является рассмотрение составляющих качества услуги как факторов, влияющих на формирование мнения об общем качестве услуги. Однако существует и иная точка зрения, которая рассматривает качество услуги как фактор высшего порядка, влияющий на оценку потребителем его отдельных составляющих. Следует отметить, что пока недостаточно исследований, позволяющих убедительно судить о том, что является причиной, а что следствием - общее качество услуги или отдельные его составляющие. Б. Шнейдер считает, что эти составляющие подсознательно влияют на формирование общего представления о качестве услуги, поскольку для этого необходим хотя бы какой-то опыт ее использования. С практической точки зрения, составляющие качества услуги имеют диагностическую ценность и необходимость в их исследовании возникает, когда качество услуги выступает объектом управления и улучшения. Данный подход не получил серьезного теоретического обоснования и к середине 1990-х годов практически вышел из употребления [15].

Второй подход определению категории «оценка качества услуг» является наиболее распространенным. Изначально заключался в сравнении ожиданий потребителей с фактическими результатами деятельности сервисной организации. Однако в рамках данного подхода качество услуги понимается как соотношение ожиданий и восприятия услуги потребителем, когда услуга должна отвечать его требованиям. Ведущими представителями этого направления можно считать К. Грэнрооса, А. Парасурмана, В.

Цейтамля и Л. Берри, Э. Гуммессона, Дж. Хейвуда-Фармера, А. Гобадян, С. Спеллера, М. Джонса и др. Данный подход начал формироваться одновременно с первым еще в 1980-е годы, поэтому его можно считать предшественником современного понимания категории «качество» как сравнительной категории, основанной на соответствии требованиям потребителей [15].

Учитывая, что представление о качестве услуги формируется у клиента путем сопоставления ожиданий и фактического опыта ее получения, некоторые исследователи обратили внимание на то, каким образом формируются его ожидания. К. Нэш предложил модель, основанную на идее «сервисного путешествия» (рисунок 1.2.1).

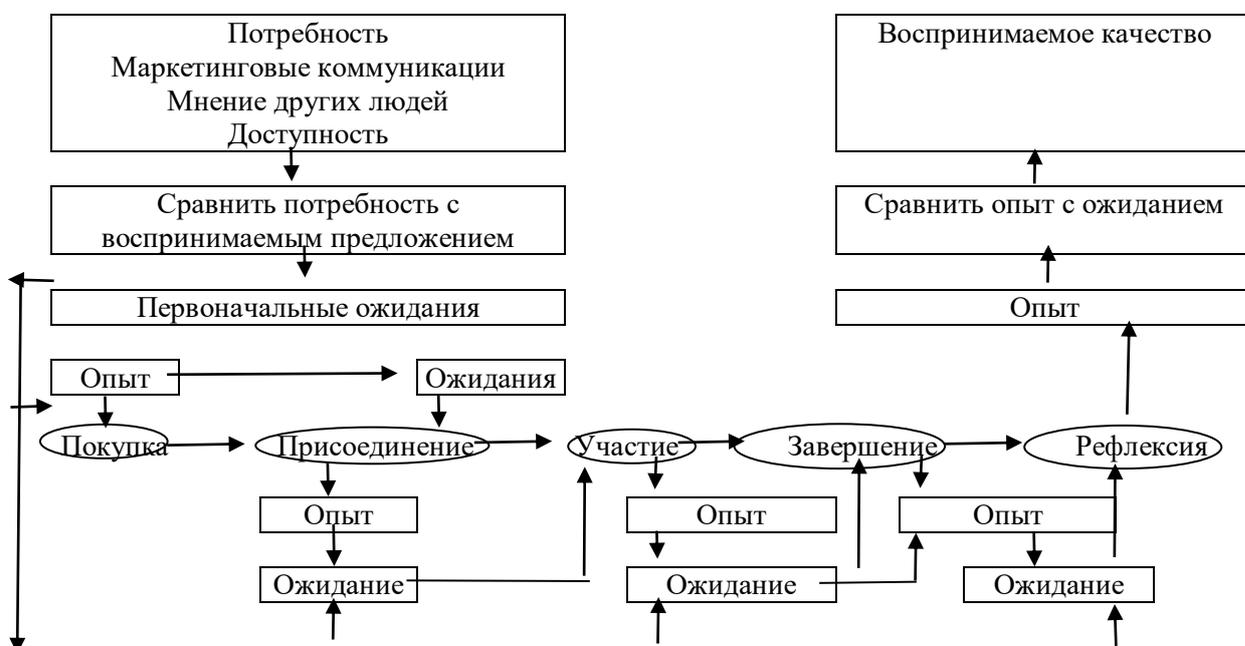


Рисунок 1.2.1 – Модель «сервисного путешествия» К. Нэша [15]

В соответствии с ней опыт, полученный на предшествующей стадии процесса приобретения услуги, формирует ожидания относительно следующего этапа. «Сервисное путешествие» начинается с потребности. Потребитель примет решение о приобретении услуги, если предложение будет соответствовать его потребности. Точные коммуникации и репутация организации являются ключевыми факторами, влияющими на выбор

потребителем поставщика услуг. Важным элементом данного подхода к определению качества услуг является концепция опыта. Исследователи рассматривают опыт с двух принципиально разных позиций.

Первая основана на понимании опыта с глобальной точки зрения – как всей совокупности знаний, представлений и поведенческих шаблонов, накопленных человеком. Сторонниками направления являются специалисты по изучению поведения потребителей и ученые-психологи (Е. Кац, Л. Ван Дер Ваген, Дж. Блайт, П.М. Чиснол и др.) [15].

Второй позиции придерживаются ученые в области управления качеством и маркетинга, которые рассматривают опыт как конкретный факт взаимодействия с сервисной организацией, как опыт приобретения услуги. С. Гупта и М. Вахик утверждают, что опыт возникает тогда, когда потребитель испытывает некоторые ощущения или приобретает знания благодаря взаимодействию с различными составляющими услуги, созданными сервисной организацией. Л.Л. Бери с соавторами высказывают иную точку зрения: опыт – это и есть сама услуга; хороший опыт использования услуги – это хорошая услуга [15].

Обе позиции рассматривают опыт во взаимосвязи с концепцией обучения. С. Онквист и Дж. Дж. Шо определяли обучение как изменение поведения, которое происходит благодаря изменению внешних условий и стимулов. Таким образом, опыт является фактором формирования не только ожиданий, но и восприятия услуги потребителем. Однако он оказывает влияние опосредованно – через обучение потребителя, т.е. через способность воспринимать определенные поведенческие шаблоны, изменять убеждения и отношение к окружающей среде [60].

Модель, предложенная Р. Джонстоном, развивает теорию К. Нэша. Модель идентифицирует важные моменты на этапах до, в процессе и после предоставления услуги, которые формируют ожидания клиента. При этом считается, что ожидания изменчивы и находятся под влиянием различных факторов (рисунок 1.2.2) [60].

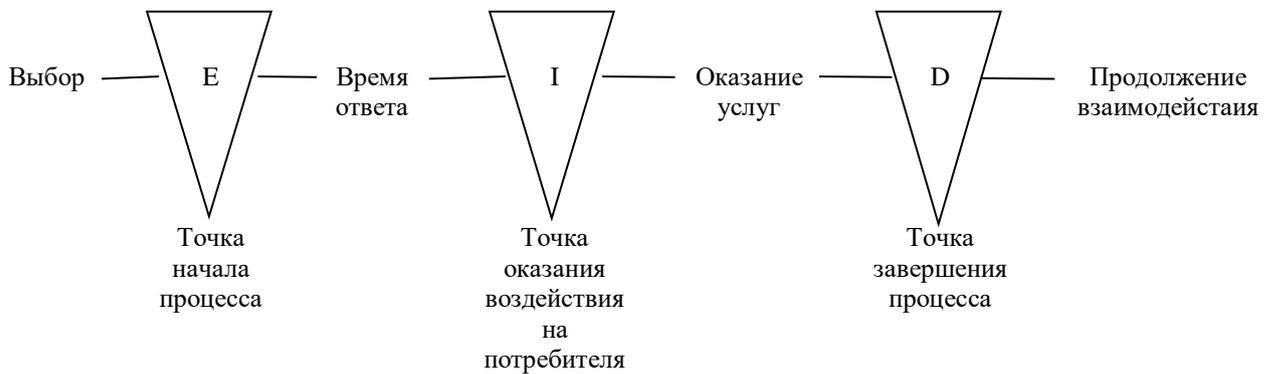


Рисунок 1.2.2 – Модель формирования ожиданий потребителя

Р. Джонстона [60]

Другим направлением изучения потребительского опыта приобретения услуги является исследование его составляющих. Например, К. Дженайл использует описание опыта, предложенное психологом С. Пинкером как модульность или многокомпонентность ума (*modularity of mind*), применительно к опыту использования услуги. Он предлагает следующую классификацию опыта:

- сенсорный опыт, который включает сенсорные ощущения и материальные объекты;
- эмоциональный опыт, включающий аффективную систему через создание настроения, ощущений, эмоций;
- когнитивный опыт, связанный с сознательными мыслительными процессами;
- прагматический опыт, возникающий из выполнения практических действий;
- жизненный опыт, который возникает благодаря воздействию на систему ценностей потребителя, изменению его поведения и образа жизни;
- рациональный опыт, который касается личности, ее социального окружения и взаимоотношений с другими людьми и своим идеальным «Я».

В развитии теории опыта использования услуги наибольшее значение получила его сенсорная часть, которая тесно взаимосвязана с материальными составляющими качества услуги или ее физическим окружением.

Л.Л. Бери с соавторами, Л.П. Карбон и С. Хекэль, М.Е. Пулман и М.А. Гросс изучают значение физического окружения, разграничивая материальный контекст (механические и функциональные факторы) услуги и отношенческий контекст (человеческий фактор). Функциональные факторы соответствуют такому элементу качества услуг, как техническое качество (в терминологии К. Грэнрооса). Механические факторы являются сенсорной частью услуги, включающей внешний вид, запахи, звуки, вкус и другие осязаемые элементы опыта использования услуги. Человеческий фактор отражает внешний вид и поведение сервисных служащих и соответствует функциональному элементу качества услуг в терминологии К. Грэнрооса. Сумма всех факторов составляет потребительский опыт. Л.Л. Бери считает, что функциональные факторы являются основой когнитивного восприятия услуги, в то время как механические и человеческий факторы являются основой эмоционального восприятия [15].

А.А. Брогович, Л.М. Делен и Д.М. Лит определяют, что расхождение между ожиданием и восприятием может возникнуть в случае, если потребитель даже не имел опыта приобретения услуги в организации, а полагался в формировании своего мнения о качестве на суждения знакомых и родных, рекламные обещания. Поэтому наряду с фактическим восприятием качества услуг необходимо учитывать потенциальное восприятие, рассматривая качество услуг как внешний по отношению к услуге атрибут, как мнение об услуге, сформированное в сознании потребителя на основе сравнения его ожиданий относительно услуги и фактического восприятия в процессе и после ее приобретения. При этом и ожидания и восприятие находятся под воздействием опыта потребителя, приобретенного в процессе взаимодействия с сервисной организацией и побудившего к изменению его поведения, убеждений и отношения к

окружающей действительности. Сам потребительский опыт, являясь многокомпонентным, включает эмоциональную, когнитивную и сенсорную составляющие и формируется под воздействием различных составляющих услуги. Это может быть представлено в виде динамического цикла качества услуг, в котором основным объектом управления выступают сам потребитель и его внутренний мир – опыт, знания, эмоции, ожидание, восприятие, а характеристики услуги, как материальные, так и нематериальные, рассматриваются лишь как фактор, инструмент воздействия на мнение потребителя.

Данный подход продолжает развиваться, являясь основой для разработки новых методов и совершенствования отраслевых теорий управления качеством в сфере услуг.

Третий подход к определению содержания категории «качество услуги», развитие которого тесно связано со вторым, основан на предположении, что межличностные отношения оказывают критически важное воздействие на качество как результата, так и процесса обслуживания, являются ключевым фактором формирования ожиданий потребителей. Его развитие началось в первой половине 1990-х годов, хотя теоретические истоки восходят к началу 1980-х годов. К.Ф. Сурпренант с соавторами указывал на то, что обслуживание есть взаимодействия людей. Качество услуг в процессе такого взаимодействия находится под влиянием точек зрения и потребителя и исполнителя услуг.

Представленная на рисунке 1.2.3 модель сервисного успеха, разработанная П. Беддоуз, С. Гуллифорд, М. Найт и И. Сондерс, акцентирует внимание на важности поведенческих соображений. Ее авторы считают, что одним из ведущих факторов обеспечения высокого качества услуг признано достижение баланса между ожиданиями клиентов и ожиданиями сотрудников [60].

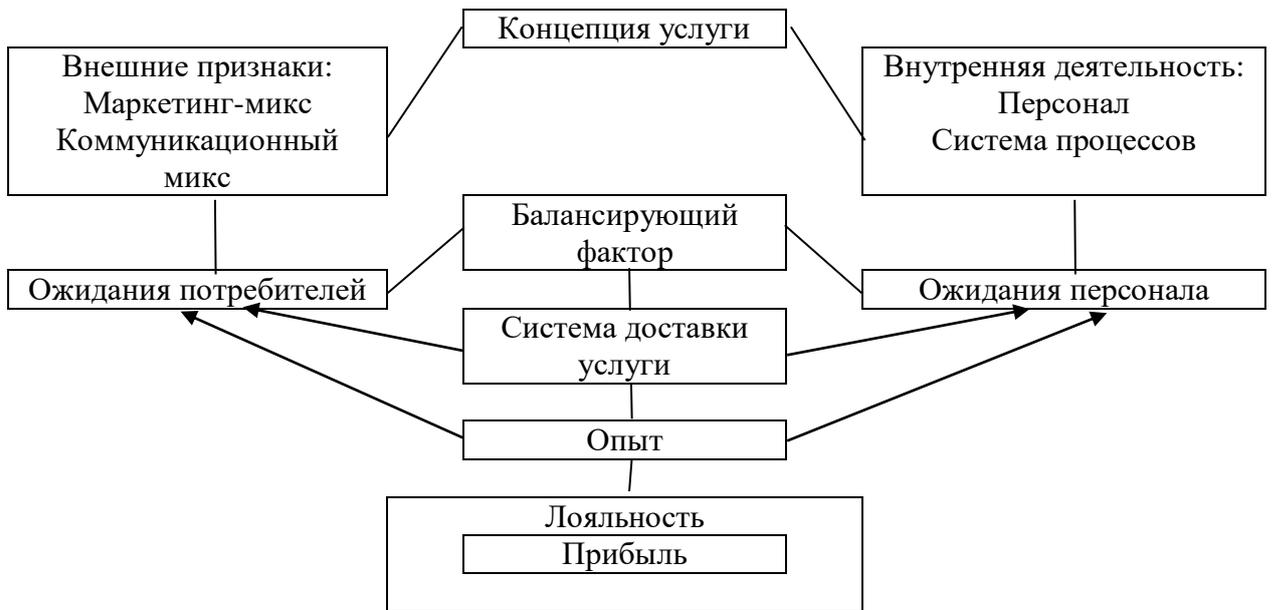


Рисунок 1.2.3 – Модель сервисного успеха [60]

Одна из опасностей, с которыми сталкиваются сервисные организации, это раздутые усилиями маркетинговых коммуникаций ожидания клиентов, которые не соответствуют уровню развития самой организации и ее персонала. В соответствии с данной моделью важнейшим фактором, воздействующим на качество услуг, являются релевантность и эффективность системы оказания услуги. Данная модель позволяет определить, почему возникают проблемы с качеством, однако не дает представления о природе проблем и способах борьбы с ними [60].

Дж.А. Чапел исходил из того, что исследование качества услуг всегда должно быть основано на мнении как потребителя, так и исполнителя услуг. А. Дедеке, Г. Свенссон, К. Чоу-Чуа и Р. Комаран, Дж.Л.М. Там и Ю.Х. Вонг, А.Д. Атанассопулос, Ф. Фрост, М. Кумар основывались на изучении двух точек зрения и рассматривали интерактивные свойства услуг в процессе обслуживания.

Б. Эдвардссон расширил данное направление, указывая на то, что при определении качества услуги следует учитывать ожидания и требования персонала, а также собственников организации. По его мнению, это не

снижает значимости требований потребителя, однако для обеспечения высокого качества услуг необходимо сбалансировано подходить к удовлетворению часто противоречивых потребностей всех заинтересованных сторон [60].

Новый вклад в развитие данного подхода внес Г. Свенссон, предложивший модель интерактивного качества услуг, исходя из следующих положений:

1. Потребитель и исполнитель услуги взаимодействуют в процессе обслуживания;
2. Ожидания исполнителя услуги и ожидания потребителя услуги взаимозависимы;
3. Взаимозависимыми также являются восприятие услуги со стороны потребителя и исполнителя.

Следовательно, циклы услуги состоят из следующих четырех компонентов: ожиданий исполнителя услуги, восприятия исполнителя услуги, ожиданий потребителя услуги, восприятия услуги потребителем.

Данные компоненты циклов услуги определяют появление четырех потенциальных расхождений:

1. Между ожиданиями и восприятием исполнителя услуг;
2. Между ожиданиями и восприятием потребителя услуги;
3. Между ожиданиями потребителя и ожиданиями исполнителя услуги;
4. Между восприятием потребителя и восприятием исполнителя услуги.

Интерактивное качество услуг является удовлетворительным, если согласованы циклы услуги потребителя и исполнителя в процессе обслуживания. Отсутствие расхождений не свидетельствует об идеальной ситуации. Желательно, чтобы существовал диссонанс, указывающий на то, что цикл потребителя положительно превосходит цикл исполнителя.

В своих дальнейших исследованиях интерактивной сущности качества услуг Г. Свенссон отмечает, что качество услуг является результатом серии

последовательных процессов взаимодействия потребителя и исполнителя услуги. Поэтому оно находится под влиянием отдельных процессов взаимодействия, в том числе косвенных, а также под воздействием вмешательства третьей стороны и существующих пределов результативности деятельности исполнителя услуги и самой сервисной организации. Таким образом, можно говорить о последовательном качестве услуг в процессе сервисного взаимодействия. В этой связи потребители и исполнители услуг должны знать, что на них и, следовательно, на качество услуг, может повлиять низкое качество услуг других взаимодействий, в которые они были вовлечены. Данный подход во многом соответствует концепции «сервисного путешествия», когда опыт, приобретенный потребителем на предыдущем этапе сервисного процесса, влияет на формирование ожиданий относительно следующего этапа, и третий подход к определению качества услуг является продолжением второго, поскольку он также основан на сопоставлении ожиданий и восприятия; в качестве ключевого фактора, влияющего на их формирование, рассматривается опыт; в рамках данного подхода придерживаются динамического взгляда на формирование качества услуг. Однако при определении качества услуги учитываются не только ожидания и восприятие потребителей, но и ожидания и восприятие услуги персоналом, а также их взаимное влияние [39].

Четвертый подход сформирован на основе критического анализа второго. Его первыми представителями можно признать Дж. Кронина и С. Тейлора, которые в 1992 г. в ходе длительных исследований пришли к заключению, что качество услуг является формой потребительского отношения к ней, и поэтому оно должно оцениваться исключительно путем измерения восприятия клиентом услуги и ее отдельных свойств. Они считали, что представители первого направления путают удовлетворенность и отношение, и предложили определять качество услуги как восприятие услуги потребителем и отношение к ней. Данную точку зрения поддерживали П.А. Дабхолкар, С.Д. Шеферд, Д.И. Торп. На основе

эмпирических исследований они выяснили, что результаты оценки качества услуг только на основе восприятия показали более высокие, со статистической точки зрения, надежность и достоверность, а также лучшую прогностическую способность. Применение данного подхода сводится к использованию в качестве основы модели SERVPERF (service performance), направленной на оценку качества услуг лишь посредством измерения восприятия услуги потребителем, в рамках которого используется измерение диагностических признаков значений (свойств услуги) с помощью порядковой шкалы связи «лучше – хуже». Исследования происходит поэтапно: сначала создается перечень вопросов, направленный к потребителю, накапливаются данные анкетного исследования, осуществляется анализ информации с графическим представлением результатов [39].

Пятый подход сформулирован Дж. Кронином и С. Тейлором в начале 1990-х годов. Они указывали на то, что клиент не всегда приобретает услугу наилучшего качества, а принимает решение о покупке на основе представления о ценности услуги, которая и стала объектом изучения нового направления. Первоначально ценность услуги рассматривалась как результат сравнения тех выгод и положительного опыта, которые приобрел клиент, и затрат, которые ему пришлось понести. К сторонникам данного подхода относятся: В. Цейтамль, Р. Хаксевер, Дж. Суинни, Г. Ох, Дж. С. Суинни, Г.Н. Соутар, Л.У. Джонсон.

Существуют две альтернативные точки зрения относительно соотношения качества услуг и ценности. Согласно первой качество услуги представляет собой один из компонентов ценности для покупателя. Так, в соответствии с подходом В. Цейтамля модель ценности услуги включает воспринимаемое качество, внутренние признаки (выгоды, которые предоставляются покупателю), внешние выгоды (имидж фирмы), денежную цену и неденежные затраты, связанные с приобретением услуги. К. Хаксевер,

Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик расширили данную модель, добавив время как шестую компоненту.

Вторая точка зрения предполагает, что качество услуг влияет на восприятие потребителем ценности услуги. Такой подход соответствует модели «ценность за деньги». Эта модель показывает, что наряду с качеством услуги и ценой восприятие технического качества услуги напрямую влияет на восприятие потребителем ценности услуги. При этом восприятие функционального качества услуг непосредственно воздействует на намерение потребителя приобрести услугу и на восприятие технического качества и опосредованно – на восприятие общего качества услуги [39].

Дж. Мэттссон предполагает, что представление о ценности услуги складывается у покупателя на основе сравнения фактического опыта приобретения услуги и некоторого идеального стандарта, существующего на подсознательном уровне. Поэтому развитие данного направления связано с изучением «покупательского опыта» как основного фактора, влияющего на формирование ценности, а также с переходом от концепции «ценности за деньги» к концепции «ценности в использовании», предложенной в 2004 г. С. Варго и Р. Лашем, в которой представление о ценности услуги сугубо индивидуально для каждого клиента и формируется в процессе ее получения или использования. Это означает необходимость признания клиента сопроизводителем ценности и ее основным судьей. С. Варго и Р. Лаш акцентируют внимание на ключевой роли потребителя в процессе создания ценности. Создавать ценность означает взаимодействовать с потребителем и учиться у него, а также адаптироваться к его индивидуальным и постоянно изменяющимся потребностям. Организация может только создать ценностное предложение, а потребитель должен определить ценность и участвовать в ее создании через процесс потребления. Ценность не будет реализована, пока потребитель не примет участия в действиях, составляющих услугу, и пока он не воспользуется услугой. В результате фирмы больше не могут действовать автономно, разрабатывая услуги без

участия потребителя. Потребители должны быть активными участниками создания ценности, т. е. потребители должны быть вовлечены в процессы определения и создания ценности. Созданный с участием потребителя опыт использования услуги становится основой ценности.

Таким образом, ценность услуги уникальна для каждого отдельного потребителя и является результатом того, какой опыт использования услуги получает клиент. С. Варго и Р. Лаш особо подчеркивают, что опыт использования услуги не существует до тех пор, пока покупатель не испытает его. Поэтому сервисная организация не может заранее создать ни опыт, ни связанную с ним ценность, а лишь предложить клиентам условия для получения опыта и формирования ценности, так называемое ценностное предложение [60].

Возможно, выделить две составляющие ценностного предложения: функциональную, связанную с теми функциями, которые выполняет услуга, и эмоциональную, охватывающего нематериальные компоненты услуги, имидж организации. В настоящее время изучение ценности услуги отошло от детального рассмотрения качества и выделилось в самостоятельное направление. Вместе с тем отказ от признания взаимосвязи стоимости услуги и ее ценности привели к тому, что последняя сводится к восприятию услуги покупателем, что полностью совпадает с определением качества услуги, принятым Дж. Кронином и С. Тейлором в рамках четвертого подхода к определению категории качества услуги.

Рассмотрев пять подходов к определению ценности услуги, мы видим эволюционный характер развития понимания данной категории, в то же время сформировавшиеся подходы не замещают друг друга, но продолжают развиваться, взаимно обогащаясь, и создавая основу для параллельно развивающихся смежных с качеством услуг концепций, таких как: удовлетворенность потребителя, ожиданий потребителя, потребительского опыта и ценности для потребителя.

Анализируя рассмотренные подходы к определению ценности услуги в своей работе мы будем использовать пятый подход, который интегрирует все ключевые концепции, связанные с определением качества услуги, в котором наиболее важным компонентом суждения о качестве выступает восприятие потребителя выступает, поскольку участвует в его формировании с точки зрения четырех подходов, что еще раз подтверждает не только субъективную, но и ситуативную природу категории «качество услуги».

К важнейшим характеристикам услуги, обеспечивающим ее способность удовлетворять определенные потребности, относятся:

- надежность;
- предупредительность;
- доверительность;
- доступность;
- коммуникативность;
- внимательное отношение [12].

Надежность определяется, как способность персонала в точности предоставить обещанную услугу. С обеспечения надежности должна начинаться разработка программы качественного сервиса. Основанием для надежности является компетентность персонала обслуживания.

Предупредительность – решимость помочь клиенту и без задержки оказать услугу. Во время обслуживания очень часто возникают нештатные ситуации или же у клиентов появляются особые желания. В подобных случаях оценивается способность предприятия найти неординарное и эффективное решение. Особенность деятельности предприятий сферы услуг такова, что здесь всегда возникали и будут возникать нештатные ситуации. Поэтому необходимо заранее спланировать варианты устранения подобных проблем и выработать собственные принципы работы.

Доверительность – умение персонала вызывать доверие. Для создания доверительности очень важно акцентировать внимание на внешних признаках, которым потребители доверяют в большей степени.

Доступность – легкость установления связей с персоналом обслуживания.

Коммуникативность – способность обеспечить такое обслуживание, которое исключит недопонимание между персоналом и клиентами за счет того, что необходимая информация будет предоставляться клиентам вовремя и без дополнительного запроса с их сторон.

Внимательное отношение – индивидуальное обслуживание и внимание, которое предприятие проявляет по отношению к клиенту. Особая ценность этой характеристики качества услуги объясняется тем, что каждый клиент имеет особые потребности, отличающиеся от потребностей других людей. Чтобы обеспечить лояльность клиента, при предоставлении услуги следует показать, что конкретный клиент является для предприятия особенным, что его индивидуальные потребности будут учтены [65].

Таким образом, организациям, предоставляющим услуги, целесообразнее постоянно оправдывать ожидания потребителей, чем пытаться предвосхитить их постоянный рост, поскольку в последнем случае необходимо будет поднять уровень ожиданий до такой высоты, что его трудно будет не только удержать, но и достичь.

1.3 Особенности предоставления транспортных услуг

Повышение эффективности транспортного обслуживания и постоянное улучшение качества перевозок является общей тенденцией развития транспортных систем и проводится с целью повышения удовлетворенности потребностей общества на перемещение грузов и пассажиров.

С развитием рынка и обострением конкуренции на рынке решающим фактором при выборе транспортно-экспедиторской компании является качество транспортных услуг. Чтобы в полной мере соответствовать требованиям клиентов необходимо изучать запросы потребителей, возможности конкурентов, точно устанавливать и профессионально

осуществлять маркетинговую стратегию транспортного обслуживания заказчиков.

Под понятием «транспортная услуга» понимают не только перевозку грузов, но и операции, связанные с подготовкой и осуществлением этого процесса (погрузка, разгрузка, экспедирование, подготовка перевозочных средств, информационные и страховые услуги и др.). Качество транспортной услуги зависит от качества транспортного обслуживания, качества эксплуатационной работы и является частным случаем качества транспортной продукции. Процесс предоставления транспортных услуг в соответствии с установленными нормами и требованиями называется транспортным обслуживанием [23].

Показателем качества услуги является количественная характеристика одного или нескольких потребительских свойств услуги. Качество оценивается по совокупности характеристик, определяющих их пригодность удовлетворять потребности грузоотправителей и грузополучателей в соответствующих перевозках. Результаты исследований, показывают, что привлечение нового клиента обходится гораздо дороже, чем удержание старого. Улучшение качества транспортного обслуживания ведет к увеличению клиентской базы и росту доходов. Удовлетворенность клиента предоставленной транспортной услугой определяется такими критериями качества как скорость, своевременность и безопасность перевозки, сохранность грузов, полнота удовлетворения спроса по объемам перевозок, комплексность транспортного обслуживания, доступность и уровень транспортного сервиса, оперативность и культура обслуживания клиентов при оформлении договоров и заказов на перевозку и т.д. Для того чтобы соответствовать требованиям клиентов нужно изучать их запросы, подход к каждому из них должен быть индивидуальным и предусматривать высокий уровень предоставляемых транспортных услуг при минимальном уровне затрат [27].

Транспортные услуги имеют ряд особенностей, которые необходимо учитывать при оценке их качества. Можно выделить следующие особенности обеспечения качества транспортной услуги.

1. Качество транспортных услуг трудно оценить численно. Большинство показателей качества транспортной услуги не поддаются прямому количественному измерению, их можно оценить только экспертным путем, что значительно затрудняет процесс оценки. Однако многие качественные характеристики, субъективно оцененные клиентами, могут быть подвергнуты количественному измерению самой транспортной организацией при наличии разработанной методики их оценки.

2. Важным показателем качества является комплексность предоставления транспортной услуги, следовательно, качество услуги в целом определяется качеством каждой подуслуги. Клиент, как правило, предпочитает пользоваться услугами одного транспортного предприятия, у которого комплексно обеспечивалось бы интегрированное удовлетворение всех требуемых ему услуг. Несоответствие в качестве отдельной подуслуги может нивелировать качественное выполнение других подуслуг, в результате чего услуга в целом будет восприниматься как некачественная.

3. Поскольку производство транспортной услуги и ее потребление происходит одновременно, то предварительная аттестация качества услуги может быть недостаточно достоверной. Специфика транспортных услуг состоит в том, что их невозможно отозвать, исправить или верифицировать после предоставления. Основными несоответствиями в деятельности могут быть отклонения от ранее оговоренных параметров по составляющим, характеризующим деятельность производственных бизнес-процессов компании. Часть этих критериев согласовывается с клиентом перед началом работы, а часть критериев является внутренним требованием компании и гарантируется по умолчанию перед началом сотрудничества. Устранение выявленного несоответствия возможно только в случае его обнаружения на промежуточном этапе предоставления услуги. Для этого прорабатываются

возможности устранения несоответствия путем улучшения аналогичных параметров на следующих этапах процесса предоставления услуги.

4. Непосредственное взаимодействие исполнителя услуги и ее потребителя, таким образом, клиент сам является участником технологии ее выполнения. При оказании транспортных услуг клиент опосредованно может влиять на качество ее исполнения. Это возможно, например, в случае предоставления клиентом недостоверной или неполной информации о предъявляемом к перевозке грузе. Для транспортной компании это чревато выбором нерационального типа транспортного средства или технологии перевозки, погрузки или крепления, в результате чего возникнут несоответствия или нарушения в ходе выполнения транспортной услуги.

5. Важную роль в ощущении удовлетворенности потребителя при оказании транспортных услуг играют вопросы личного взаимодействия и обстановки. Наиболее важным зачастую является не действительное состояние вещей, а восприятие их потребителем, чье поведение может быть непредсказуемым. При оказании транспортных услуг потребители сами должны выбрать маршрут и способ доставки, оформить документы, доставить груз в пункт отправления и забрать из пункта назначения. Таким образом, потребители являются, по сути, частью рабочей силы при оказании услуг, поэтому необходимо создать для них соответствующие условия, провести обучение.

6. Исполнитель услуги не является собственником результата, кроме того, провести испытания для объективной проверки этого результата не всегда возможно. Это обстоятельство вызывает сложности при определении значений показателей качества транспортной услуги и комплексной оценке его уровня [57].

Чтобы учесть особенности обеспечения качества транспортной услуги особое значение приобретают экспертные методы оценки. При проведении исследования необходимо решить две основные задачи. Во-первых, требуется выявить ожидания потребителя в отношении услуги, т.е. что

потребитель рассчитывает получить при взаимодействии с компанией, предоставляющей услугу. Во-вторых, необходимо произвести оценку воспринимаемого качества услуги.

Транспортные компании должны регулярно осуществлять аудит качества услуг путем изучения клиентской базы, претензий, писем и предложений, а также с помощью специально созданных команд по аудиту качества. Измерение качества транспортного обслуживания должно основываться на тех же критериях, которыми руководствуются покупатели транспортных услуг.

Кроме того, к качеству транспортного обслуживания предъявляются, как правило, более серьезные требования – в связи с вовлеченностью в перевозочный процесс значительного количества субъектов, влиянием транспортной деятельности на экономику в целом, необходимостью обеспечения безопасности перевозочного процесса [43].

В основе экономической теории качества транспортного обслуживания лежат следующие основные положения:

1. Относительный характер показателей качества, определяемых соотношением фактического и нормативного значений показателя. Это позволяет обеспечить сопоставимость результатов расчетов, выполненных для различных видов транспорта, транспортных компаний, вариантов транспортировки и прочего.

2. Необходимость сочетания натуральной и стоимостной оценки качества, то есть определения уровня качества, затрат и результатов, связанных с его достижением. При этом недопустимо включение цены перевозки в число показателей качества, так как цена и качество являются равноценными факторами конкурентоспособности транспортной продукции.

3. Ориентация системы управления качеством транспортного обслуживания на интересы потребителя при условии соблюдения технологии перевозочного процесса.

4. Ориентация системы управления качеством на конечный, а не на промежуточный результат.

5. Необходимость оценки эффективности управления качеством с учетом затрат и результатов, возникающих за пределами транспортного обслуживания [57].

Таким образом, под показателем качества транспортной услуги предлагается понимать количественную характеристику одного или нескольких специфических потребительских свойств транспортной услуги, составляющих ее качество. Также под показателями качества, понимается ряд свойств, по которым заказчик оценивает услугу, а также отличает ее от схожих видов услуг.

В совокупности рынок транспортных услуг – это огромный комплекс, включающий в себя как перевозки, так и дополнительные смежного значения виды услуг. До конца XX в. понятие «транспортная услуга» не применялось при организации и управлении транспортом. Под транспортной услугой понималась непосредственно перевозка, измеряемая такими валовыми показателями, как объем погрузки и выгрузки, грузооборот и т. п. Однако такой способ оценки учитывал лишь количественный аспект работы транспорта. В условиях рыночной экономики в понятие «услуга» помимо объемов выполнения необходимо включать и уровень качества и сервиса, сопровождающего осуществление услуги [57].

Транспортная услуга, как таковая, относится к сфере материального производства. Не преобразовывая непосредственно сырье и материалы, транспорт создает потребительную стоимость. Транспортная услуга является конечным процессом материального производства и одновременно начальным этапом производственного или конечного потребления. В настоящее время под услугой понимается непосредственно перемещение грузов в пространстве, а также любая операция, не являющаяся движущей, но обеспечивающая его подготовку и осуществление, а именно: упаковка и маркировка грузов, их пакетирование, промежуточное

хранение, предоставление грузовладельцу необходимой информации и т. п. Таким образом, основной вид транспортной услуги – это перевозка грузов, но, как правило, она сопровождается предоставлением целого комплекса дополнительных услуг.

К основным транспортным услугам относятся:

- перевозка грузов, почты;
- погрузочно-разгрузочные операции (погрузка, выгрузка, перегрузка и т.д.);
- хранение грузов;
- подготовка транспортных средств к перевозке грузов;
- предоставление перевозочных средств на условиях аренды, проката;
- транспортно-экспедиционные и дополнительные операции, выполняемые при перевозке грузов, багажа и др., по обслуживанию предприятий, организаций, населения;
- перегон новых и отремонтированных перевозочных средств [8].

Все виды материальных услуг могут выполняться только при обеспечении нематериальных услуг, которые сопутствуют физическому распределению. К ним можно отнести маркетинговые, коммерческие, информационные услуги, услуги страхования и др. Большое число факторов, влияющих на вид и специализацию транспортной услуги, позволяет систематизировать услуги в три большие группы:

1) по признаку взаимосвязи с основной деятельностью предприятий различают:

- перевозочные услуги;
- не перевозочные услуги;

2) по виду потребителя, которому предоставляется услуга:

- внешние услуги предоставляются нетранспортным предприятиям и организациям;

- внутренние услуги предоставляются другим предприятиям и организациям транспортных отраслей;

3) по характеру услуги:

- технологические;
- коммерческие;
- информационные и др [56].

В силу того, что транспорт, являясь сферой материального производства, не производит вещественной продукции как таковой, транспортная услуга имеет ряд специфических особенностей:

1. Транспортная услуга является продолжением процесса производства в сфере обращения; процесс производства заканчивается в момент передачи продукции ее потребителю. Сама по себе транспортная услуга существовать не может, она обязательно обеспечивает коммерческую деятельность нетранспортных предприятий.

2. Услуга не может существовать вне процесса ее производства, а значит, нельзя сформировать запасы услуги.

3. Предоставление услуги – это продажа процесса труда, а значит, качество услуги – это качество ее выполнения, т.е. качество труда.

4. Потребительная стоимость услуги возникает при строгом соблюдении временных ограничений, направления движения товара и других условий, что сужает возможность ее конкурентной замены.

5. Спрос на услуги подвержен резким колебаниям в зависимости от временных и пространственных параметров, транспорт не имеет ресурсов, позволяющих сглаживать неравномерности спроса.

Транспорт всегда был и продолжает оставаться одной из наиболее стратегически важных отраслей экономики России. Это связано с географическим положением России и с тем, что она является крупнейшей по территории страной мира.

Согласно Международному рейтингу конкурентоспособности издания 2017-2018 года, разрабатываемому Всемирным экономическим форумом, среди довольно сильных сторон России эксперты выделяют развитую инфраструктуру (35 место из 137 оцениваемых стран), при этом наихудшие

позиции РФ занимает по качеству автомобильных дорог (114 место). Плотность сети автомобильных дорог с поправкой на плотность населения (коэффициент Энгеля) существенно ниже, чем во всех странах БРИКС. Даже в европейской части России этот показатель ниже, чем в Индии, Бразилии и ЮАР. В России не существует высокоскоростных железнодорожных магистралей. Крайне редкой является сеть аэропортов и аэродромов (например, на маршруте Москва-Чита среднее время в пути до ближайшего аэропорта - 2 часа), что негативно сказывается, в том числе и на безопасности перелетов.

В некоторых аспектах развития транспортной инфраструктуры Россия к числу мировых лидеров: не имеющий аналогов в мире ледокольный флот; уникальная система организации грузового движения по железным дорогам; высочайшая пунктуальность междугороднего пассажирского сообщения – как на поездах, так и на самолетах. Россия – одна из немногих стран мира, в которой представлены все сегменты транспортного машиностроения, что дает дополнительный мультипликативный эффект от развития транспортной инфраструктуры. В некоторых сегментах, в первую очередь в железнодорожном машиностроении, Россия сохраняет заметные позиции на внешних рынках.

Согласно классификация Росстата для транспорта выделяются семь основных видов транспорта: железнодорожный, автомобильный, городской электрический, трубопроводный, морской, внутренний водный и воздушный, а также два основных вида перевозок: пассажирские и грузовые. Кроме того, транспорт в России подразделяется на транспорт общего пользования и транспорт необщего пользования. Это разделение касается, в основном, железных и автомобильных дорог. Транспорт общего пользования – транспорт, удовлетворяющий потребности организаций всех видов деятельности и населения в перевозках грузов и пассажиров, перемещающий различные виды продукции между производителями и потребителями, осуществляющий общедоступное транспортное

обслуживание населения. К перевозкам транспортом общего пользования относятся перевозки на коммерческой основе (за плату) пассажиров или грузов. Транспорт необщего пользования (ведомственный) – транспорт, осуществляющий, как правило, перевозки грузов и пассажиров своей организации [6]. Ниже приводятся основные характеристики по отдельным видам транспорта.

Железнодорожный транспорт Российской Федерации, согласно ГОСТ Р 55056-2012 «Транспорт железнодорожный. Основные понятия. Термины и определения»: составная часть единой транспортной системы Российской Федерации, призванная во взаимодействии с организациями других видов транспорта своевременно и качественно обеспечивать потребности физических лиц, юридических лиц и государства в перевозках железнодорожным транспортом, способствовать созданию условий для развития экономики и обеспечения единства экономического пространства на территории Российской Федерации [4].

Железнодорожные перевозки являются уже ставшим традиционным способом доставки грузов по причине ряда серьезных преимуществ по сравнению с другими видами транспорта, особенно для крупных партий грузов. По железной дороге можно перевезти практически любой тип груза – от сыпучих материалов до продуктов питания. Современные рефрижераторные вагоны позволят сохранить качество скоропортящихся продуктов и при этом сэкономить. Стоимость железнодорожных перевозок является достаточно небольшой благодаря очень высокой грузоподъемности. К тому же, этот вид перевозок является очень безопасным, т.к. взлом вагонов и хищение товаров случаются очень редко. Единственный серьезный недостаток транспортной услуги по перевозке грузов – невозможность доставки «до двери». Именно поэтому его часто комбинируют с автоперевозками, чтобы воспользоваться преимуществами обоих видов транспорта [24].

Основными железнодорожными проектами являются проекты реконструкции существующих железных дорог, причем с абсолютным доминированием проектов, обеспечивающих вывоз сырья. Исключением стали реализованные в конце 2000-х гг. проекты скоростного железнодорожного сообщения Москва - Санкт-Петербург - Хельсинки и Москва - Нижний Новгород. Однако используемая для движения скоростных поездов инфраструктура была построена еще в Российской империи, хотя и многократно подвергалась реконструкции. Этот проект решил локальную задачу и вывел на рынок новый вид услуг по перевозке пассажиров, что сблизило столицы, но ограничило движение электричек в пригородах, привело к перепробегу грузовых поездов.

Переход российского рынка перевозок железнодорожным транспортом к его нынешнему виду начался в 2003 году. Тогда, в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации № 384, утвердившим Программу структурной реформы на железнодорожном транспорте, весь хозяйственный комплекс магистрального железнодорожного транспорта перешел от Министерства путей сообщения (МПС РФ) в ведение единого хозяйствующего субъекта – ОАО «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД»). Одновременно с реформой МПС начался процесс создания независимых от владельца железнодорожной инфраструктуры компаний – операторов грузовых вагонов, впоследствии сформировавших конкурентное поле рынка железнодорожных перевозок. Изначально принятая Программа структурной реформы железнодорожного транспорта до 2010 года предполагала создание не только рынка оперирования грузовыми вагонами, но и рынка услуг предоставления локомотивной тяги, а одной из ее основных задач назывался отход от механизма государственного субсидирования, но на сегодняшний день эти задачи так и не были решены.

Во главе всех участников рынка железнодорожных перевозок стоит публичный перевозчик и владелец магистральных путей – ОАО «Российские Железные Дороги» (ОАО «РЖД»). Публичность

железнодорожной перевозки зафиксирована действующим законодательством и означает обязанность перевозчика перевезти все предъявленные грузы при наличии технологической возможности. ОАО «РЖД» является владельцем магистральной инфраструктуры, подавляющего большинства магистральных локомотивов и более половины маневровых тепловозов [50].

Несмотря на то, что единственным перевозчиком в России, в юридическом понимании этого термина, является ОАО «РЖД», значительная часть перевозок приходится на частные компании, владеющие своим парком вагонов (собственники подвижного состава). Более наглядно классификация субъектов рынка железнодорожных перевозок по виду деятельности представлена на рисунке 1.3.1.



Рисунок 1.3.1 – Классификация субъектов рынка железнодорожных перевозок по виду деятельности (составлено автором)

Собственники подвижного состава делятся на две группы – операторы подвижного состава и кэптивные компании.

Оператор железнодорожного подвижного состава, контейнеров (далее - оператор) – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие железнодорожный подвижной состав, контейнеры на праве собственности или ином праве и оказывающие услуги по предоставлению этого железнодорожного подвижного состава, контейнеров для перевозок

железнодорожным транспортом заинтересованным юридическим и физическим лицам [53].

На сегодняшний день наиболее крупными железнодорожными операторами являются:

- «Новая Перевозочная Компания» (100% акций принадлежат Globaltrans);
- «Первая Грузовая Компания» (UCL RailHolding);
- «Независимая Транспортная Компания» (UCL RailHolding);
- «Федеральная Грузовая Компания» («Вторая Перевозочная Компания»);
- «Евросиб»;
- «ДВТГ»;
- «Трансконтейнер»;
- «Трансгарант» [53].

Кэптивные компании характеризуются как сервисные компании, создаваемые крупными добывающими и промышленными предприятиями для обеспечения собственных транспортных нужд. Зачастую они создаются с использованием имеющегося на балансе промышленного предприятия вагонного парка в экспортоориентированных секторах экономики: добыча и переработка нефти, черная и цветная металлургия, производство минеральных удобрений.

В своей деятельности кэптивные компании ориентированы в первую очередь на потребности материнских структур и избавлены от необходимости поиска новых клиентов. Дополнительным их преимуществом является доступность финансовых ресурсов для покупки подвижного состава (порой материнская компания выступает в качестве гаранта в лизинговых операциях).

Кэптивные компании – субъекты рынка, владеющие и управляющие парком вагонов с целью обеспечения транспортной безопасности основного производства.

Типичными кэптивами являются:

- «ЮКОС-Транссервис»;
- ЗАО «ЛУКойл-Транс»;
- «ММК-Транс»;
- Управляющая транспортная компания (холдинг «Металлоинвест»);
- «РусалТранс»;
- «Финтранс» (группа «Илим Палп»);
- ТЭК «Минудобрения»;
- «Спеццистерны» (АК «Сибур») [53].

Согласно действующему Гражданскому кодексу РФ, возможны только три способа участия оператора подвижного состава своими вагонами в осуществлении перевозочного процесса:

- предоставление вагонов под грузовые перевозки. Оператор подвижного состава по договору оказания услуг с грузовладельцем предоставляет вагоны для перевозки, при этом грузовладелец самостоятельно заключает договор перевозки и производит оплату перевозки;

- транспортная экспедиция. Оператор подвижного состава по договору оказания услуг с грузовладельцем предоставляет вагоны для перевозки, параллельно заключает с грузовладельцем договор транспортной экспедиции, на основе которого оказывает последнему оговоренный спектр транспортно-экспедиционных услуг. Грузовладелец самостоятельно заключает договор перевозки, а плательщиком выступает оператор – по договору экспедирования (регулирования взаимоотношений сторон, связанных с расчетами и оплатой за перевозки грузоперевозчиком) с перевозчиком (ОАО «РЖД»);

- оператор-грузовладелец. Оператор подвижного состава по договору поручения с грузовладельцем принимает на себя обязательства по доставке груза, а также, являясь собственником груза, от своего имени заключает

договор перевозки с перевозчиком и производит оплату перевозки, и при этом указывается как грузоотправитель в перевозочных документах [25].

Другие два участника рынка железнодорожных перевозок, перевозчики и экспедиторы, в отличие от операторов, не имеют в собственности подвижного состава. Но, тем не менее, на сегодняшний день занимают значительную долю рынка по объему грузоперевозок. Они так же активно участвуют в организации перевозочного процесса.

Перевозчики – организации, оказывающие услуги, связанные с использованием транспортных средств, их эксплуатацией и арендой. Они могут являться владельцами или арендаторами транспортных средств, грузовых терминалов или складов. Терминальные комплексы, в зависимости от сферы деятельности, направлены на оказание следующих основных услуг:

- согласование сроков прибытия и отправки грузов при перегрузке их с одного вида транспорта на другой (например, с автомобильного на железнодорожный);
- выполнение погрузо-разгрузочных работ (ПРР);
- временное складирование груза;
- организация длительного хранения;
- комплектация отправок;
- выполнение тарно-упаковочных операций;
- оформление транспортных документов;
- оказание информационных услуг [25].

Главным условием работы терминальных комплексов является наличие железнодорожных подъездных путей. Довольно часто функции перевозчика выполняются сам оператором подвижного состава, которые могут конкурировать с другими участниками рынка железнодорожных грузоперевозок, поскольку имеют в пользовании или владеют терминальными комплексами, предоставляют услуги по транспортировке

собственного подвижного состава, предоставляют более выгодные условия для грузовладельцев.

Обычно экспедиторские компании не владеют ни подвижным составом и терминальными комплексами. В задачи экспедитора не входит само выполнение перевозки, но он осуществляет функции посредника между грузовладельцем и перевозчиком, непосредственно перевозящим груз, для последнего экспедитор будет являться клиентом (грузоотправителем). Доход экспедитора складывается из разницы выставленных счетов и скидки, полученной от транспортной компании за предоставленный объем груза к перевозке.

Как правило, перечень услуг экспедиторских компаний наиболее широкий, такие компании стремятся предоставить клиенту наиболее полный спектр услуг, стараясь обеспечить перевозку «от двери до двери», привлекая для этого различных исполнителей и самостоятельно заключая с ними договора на предоставление той или иной услуги. Залог успеха экспедиторской компании заключается в постоянном мониторинге рынка исполнителей транспортных услуг и заключение наиболее выгодных для себя договоров, а так же получение скидок на транспортные услуги [17].

Выдерживание сроков и высокое качество исполнения услуг экспедитора зависят от непосредственных исполнителей этих услуг, поэтому экспедиторам следует очень серьезно подходить к поиску и выбору перевозчиков для того, чтобы обеспечить успешную конкуренцию в борьбе за грузоотправителя среди большого количества экспедиторских компаний.

Одним из минусов работы с перевозчиком является узкопрофильность услуги, т.е. отсутствие возможности заказа полного комплекта услуг и необходимость полной предоплаты услуг перевозки. Если отправляемый груз небольшого объема или тоннажа, то перевозчик не будет заинтересован работать с вами и вам придется работать через экспедитора.

Главное преимущество работы с экспедиционными компаниями заключается в том, что взаимодействие по всем проблемам различных

этапов перевозки осуществляется с одним контактным лицом или организацией. Если компания подойдет к вопросу выбора экспедитора максимально ответственно, ее груз всегда будет доставлен в срок, а уровень надежности оказания услуг будет максимально высоки. Основной риск при работе с экспедитором заключается в возможности завышения с их стороны тарифов на перевозку [17].

Автомобильный транспорт в Стратегии развития автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта Российской Федерации на период до 2030 года рассматривается как:

- совокупность хозяйствующих субъектов различных форм собственности, осуществляющих автотранспортную деятельность (в т.ч. - на коммерческой основе) на территории Российской Федерации и в рамках осуществления международных автомобильных перевозок с находящейся в их собственности производственно-технической базой, подвижным составом и привлекаемым персоналом;

- совокупность всех автотранспортных средств (включая личный автотранспорт), участвующих в дорожном движении на территории Российской Федерации [10].

Автомобильный транспорт считается самым мобильным и гибким способом транспортировки грузов. Данный тип услуг удобен при погрузке-разгрузке, для автомобильных перевозок приспособлены практически все существующие складские помещения; его легко отследить и проконтролировать. В автомобильном транспорте можно осуществлять такие виды перевозок, как сборные или попутные, что практически невозможно ни на каком другом транспорте, который должен фрахтоваться. Автомобили обеспечивают намного большую вариативность доставки груза, который может делиться на порции, что также обеспечивает и большую безопасность при доставке и гарантирует, что большая часть груза попадет к месту назначения даже в форс-мажорных обстоятельствах. И самое главное,

автомобильные грузоперевозки удерживают первенство по самым комфортным ценам.

Городской наземный электрический транспорт в Стратегии развития автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта Российской Федерации на период до 2030 года рассматривается как: совокупность хозяйствующих субъектов, осуществляющих перевозки в городах наземным электрическим транспортом (трамваи, троллейбусы) с находящимся в их собственности подвижным составом, путевым и энерго-сетевым хозяйством, производственно-технической базой, а также привлекаемым персоналом. Регулярные перевозки пассажиров наземным электрическим транспортом в Белгородской области осуществляют 2 предприятия: МУП «Белгородский городской транспорт» в г.Белгороде и ОАО «Скоростной трамвай» в г. Старый Оскол. Монополия на локальных рынках данного типа обусловлена технологическими особенностями рынка [20, 2].

Трубопроводный транспорт – узкоспециализированный вид транспорта и является составной частью государственной транспортной системы. В состав трубопроводного транспорта входят нефтепроводы, газопроводы и продуктопроводы. Этот вид транспорта имеет существенные достоинства: 1) низкую себестоимость доставки грузов (так, транспортировка нефти по трубопроводам обходится в 3 раза дешевле, чем по железной дороге, а сетевого газа на дальние расстояния – во много раз дешевле доставки сжиженного; 2) низкие затраты на строительство трубопроводов (более чем в два раза меньше, чем на постройку автомобильной или железной дороги с той же провозной способностью); 3) трубопроводы при должном отношении к их эксплуатации и своевременной модернизации, замене надежны в эксплуатации, не зависят от сезонных и климатических условий, функционируют круглый год; 4) допускает минимальные потери нефти (по сравнению с железнодорожным транспортом потери нефти сокращаются в 1,5 раза, а по сравнению с водным – в 2,5 раза);

5) высокая пропускная способность(зависит от диаметра труб и мощности компрессорных перекачивающих станций); 6) самая низкая себестоимость перевозок грузов. Недостатки трубопроводного транспорта незначительны, и главные из них – относительно невысокая скорость перемещения грузов и опасность аварий, грозящих экологической катастрофой [6].

Воздушный транспорт. На данный момент не существует более быстрого способа доставки, чем при помощи воздушного транспорта. Перевозка грузов авиационным транспортом осуществляется очень быстро. Это очень важный фактор, ведь очень часто авиатранспорт становится незаменимым ни одним другим видом перевозок. Товары, которые могут очень быстро испортиться, ценные вещи, драгоценности, лекарства или органы для пересадки необходимо доставить в место назначения как можно скорее, тянуть время нельзя и вот тут на помощь придут как раз авиационные грузоперевозки [6].

Еще одним огромным плюсом считается возможность преодолевать любые препятствия ландшафта без временных потерь. Плюс ко всему авиационные грузоперевозки весьма надежны, например, попытки краж или порчи грузов на высоте в несколько сотен километров практически равны нулю. Самый важный недостаток авиаперевозок – это, прежде всего, высокая стоимость. А также невозможность доставки «до двери», также комбинируется с автоперевозками.

Морской транспорт. Сегодня морские грузоперевозки довольно успешно конкурируют с прочими видами транспортировки. Этот способ отличается относительно невысокой стоимостью наряду с надежностью и практичностью. Низкая стоимость данной услуги связана с большой грузоместимостью современных океанских судов-контейнеровозов. Также большим достоинством морских грузоперевозок является универсальность. На судне можно отправлять практически любой груз – сырье, газ, нефть, промышленную продукцию и др. Возможность отправки значительных партий даже крупногабаритного груза возможна только по воде. Основным

недостатком является низкая скорость перевозки, и, невозможность доставки «до двери».

Внутренний водный транспорт Российской Федерации – один из видов транспорта, представляющего собой производственно-технологический комплекс с входящими в него организациями, осуществляющими судоходство и иную связанную с судоходством деятельность на внутренних водных путях Российской Федерации (в ред. Федерального закона от 03.07.2016 N 367-ФЗ).

Он является важным звеном единой транспортной системы страны – обеспечивает перевозки грузов в районах, непосредственно тяготеющих к внутренним водным путям, а также смешанные перевозки внешнеторговых грузов. Использование смешанных перевозок во многих случаях позволяет экономить транспортные издержки народного хозяйства и, в особенности, валютные средства при внешнеторговых перевозках. Россия имеет в мире самую широко развитую сеть внутренних водных путей. Наибольшее значение имеют пути с гарантированными глубинами, что позволяет бесперебойно осуществлять перевозки грузов и пассажиров.

Современный транспортный рынок перенасыщен компаниями, предлагающими разные виды услуг по перевозке грузов, потому клиентоориентированность, как и удовлетворенность потребителей, выступает решающим конкурентным преимуществом предприятия и является важным фактором для развития деятельности. Для создания конкурентных преимуществ в настоящее время недостаточно предоставлять продукцию и услуги требуемого качества, важно устанавливать и поддерживать долгосрочные отношения, как с внешними, так и с внутренними клиентами [36].

Выделяют два основных направления организации транспортных услуг:

1. Приспособление ассортимента предлагаемых услуг к конкретным специфическим условиям перевозки товара грузовладельцев;

2. Активное формирование потребности, а значит, и спроса на транспортную услугу.

Спрос на услуги конкретного вида транспорта определяется, в частности, развитием в регионе других видов транспорта, степенью их интеграции, уровнем транспортных тарифов, качеством сервиса, предоставляемого потребителям различными видами транспортных предприятий и организаций [8].

Выводы по главе

Таким образом, понятие «качество» многими учеными связывается с удовлетворением определенных ожиданий и запросов потребителей в отношении того или иного товара или услуги, с соответствием характеристик объекта тем или иным характеристикам потребностей. На наш взгляд наиболее полно современный уровень понимания проблемы качества, выражается следующим определением: «Качество – это определенность, включающая совокупность свойств объекта, позволяющих ему удовлетворять различные уровни потребностей и находящиеся в постоянном движении, изменении, преобразовании». Оно отражает решение, которое является приоритетом социально-экономического развития во всем мире. Ценность услуги уникальна для каждого потребителя и является результатом опыта использования услуги полученного клиентом. Данный опыт не существует до тех пор, пока покупатель не испытает его. Выделяют две составляющие ценностного предложения: функциональную, связанную с теми функциями, которые выполняет услуга, и эмоциональную, охватывающую нематериальные компоненты услуги, имидж организации. Наиболее важным компонентом суждения о качестве является восприятие потребителя. При обеспечении высокого качества транспортных услуг возникает следующая проблемная ситуация. Транспортные предприятия и организации пытаются достичь высокого качества перевозки путем

предоставления заказчикам как можно большего количества сопутствующих транспортных услуг. Однако такое комплексное обслуживание с более широким ассортиментом, чем это необходимо потребителю, существенно повышает стоимость транспортной услуги, что может значительно повысить цену перевозимого груза.

ГЛАВА 2 УСЛУГИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА: ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПЕРЕВОЗКИ ПАССАЖИРОВ И ГРУЗОВ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Место железнодорожного транспорта в транспортной инфраструктуре региона

Развитие транспорта является необходимым условием экономического развития территории, эффективного использования ее природных, трудовых и производственных ресурсов, слаженного функционирования всех хозяйствующих субъектов, расположенных на территории. Помимо организационно-хозяйственных функций, транспорт имеет влияние на сферы государственного управления, обороны и здравоохранения. Следует упомянуть еще одну функцию – социальную, по словам Б.Л. Роднаева, заключающуюся в том, что транспорт используется для самоорганизации и развития общества и его взаимодействия с окружающей природной средой [18].

Существенное ускорение пассажирского сообщения связано с возникновением совокупности экономических эффектов: пространственная концентрация (агломерационный эффект), повышение инвестиционной привлекательности территории и увеличение деловой активности местного бизнеса, ускоренное развитие ряда отраслей инновационной экономики. В конечном итоге все эти эффекты приведут к получению дополнительных доходов федерального и региональных бюджетов. Не менее серьезный вызов для транспортной системы связан с задачами по развитию человеческого капитала. Без развития транспортной инфраструктуры (автодорожной и железнодорожной) невозможно массовое развитие малоэтажного жилищного строительства и новых производственных зон. Низкая плотность и качество транспортной инфраструктуры внутри российских городов и в пригородных

зонах является одним из ключевых барьеров градостроительного развития, источником экологических проблем и социального неудовлетворения.

Железная дорога дала мощный импульс развитию многих территорий, в том числе и Белгородской области, поскольку при строительстве и эксплуатации дороги не было разделения объектов по назначению (производственные, социальные), одновременно с обустройством станций возводились жилые дома для рабочих и служащих дороги, что способствовало развитию города, образованию новых поселений, освоению плодородной земли, созданию линий связи, открытию метеорологических станций, проведению широкомасштабных геологических изысканий, открытию мастерских, заводов, школ, больниц, постройке жилья.

Роль железнодорожного транспорта как районообразующего фактора в освоении и организации территории Белгородской области представлена на рисунке 2.1.1.



Рисунок 2.1.1 – Роль железнодорожного транспорта в освоении и организации территории Белгородской области (составлено автором)

Транспортная система обеспечивает формирование структуры хозяйства отдельных регионов и страны в целом: определяет доступность территории, является основным ресурсом социально-экономического

развития, способствует территориальной организации производства, а также углублению специализации и комплексному развитию экономических районов, оптимизации внутренних и внешних хозяйственных связей, повышению территориальной и социальной мобильности населения.

Ярким примером, отражающим развитие транспортной инфраструктуры в европейской части Российской Федерации, является Белгородская область, в которой важнейшей составной частью производственной и социальной инфраструктуры является транспорт. Он обеспечивает базовые условия жизнедеятельности общества, наряду с другими отраслями, являясь важным инструментом достижения социальных, экономических, внешнеполитических целей. Транспорт – не только отрасль, перемещающая грузы и людей, это, в первую очередь, межотраслевая логистическая система, влияющая на условия жизнедеятельности и хозяйствования.

Функционирование транспортной инфраструктуры области обеспечивают:

- департамент экономического развития;
- государственное учреждение «Управление автомобильных дорог общего пользования и транспорта Белгородской области»;
- департамент строительства, транспорта и ЖКХ [45].

Постановлением правительства Белгородской области от 28.10.2013 г. №440-пп утверждена государственная программа Белгородской области «Совершенствование и развитие транспортной системы и дорожной сети Белгородской области на 2014-2020 годы». Основной целью государственной программы является создание условий для устойчивого функционирования транспортной системы и дорожной сети Белгородской области в соответствии с социально-экономическими потребностями населения. Также необходимо учитывать определенный дисбаланс в территориальной структуре транспортной системы области, ведь ее западная часть более

обеспечена различными видами транспорта по сравнению с восточной частью [2].

Железнодорожный транспорт в Белгородской области является важной составляющей транспортной системы региона. В начале 1868 года было получено разрешение на строительство частной Курско-Харьковско-Азовской железной дороги, учредителем был назначен Самуил Соломонович Поляков. Новая железная дорога проходила через город Белгород, который в то время был уездным городом Курской губернии. В апреле 1869 года на станцию Белгород прибыл первый пробный поезд из Курска, а 6 июля того же года было открыто регулярное движение по линии Курск - Харьков [45].

Большая часть железнодорожных линий на территории области относится к Белгородскому отделению Юго-Восточной железной дороги (685 км пути Юго-Восточной железной дороги, 15 км – Московской). Юго-Восточная железная дорога с 2003 года является филиалом крупнейшей транспортной компании ОАО «Российские железные дороги» и одной из 16 железных дорог России. Дорога пролегает по территории областей, расположенных на юго-западе европейской части Российской Федерации: Воронежской, Белгородской, Волгоградской, Ростовской, Курской, Рязанской, Тамбовской, Тульской, Липецкой, Саратовской, Пензенской. В 2017 году «Российские железные дороги» перевели все поезда южного направления на движение по новой железнодорожной линии Журавка - Миллерово в обход Украины. По словам министра транспорта РФ Максима Соколова, по данному участку курсируют 62 пары пассажирских поездов и 30 пар грузовых поездов. До этого российские поезда южного направления пересекали государственную границу Российской Федерации и двигались по участку пути, проложенному по Луганской области Украины. Магистраль Журавка - Миллерово длиной 137 км стала частью скоростного железнодорожного хода, соединяющего Центральную Россию с Черноморским побережьем. По проекту максимальная скорость движения пассажирских поездов составит 140 км/ч, грузовых – до 90 км/ч.

Железнодорожная сеть Белгородской области представлена магистралями Москва - Белгород - Харьков, Москва - Алексеевка - Валуйки - Купянск - Луганск, Валуйки - Лиски и другими железнодорожными линиями. Главной из них является магистраль Москва - Белгород - Харьков. Она проходит с севера на юг, ее длина 180 км. Дорога двухпутная, электрифицированная, по ней осуществляется интенсивное движение пассажирских и грузовых поездов. Вторая по значимости ветка Москва - Алексеевка - Валуйки - Купянск - Луганск соединяет Поволжье и Урал с Украиной. Она находится в Восточной и Юго-Восточной частях области. Длина ее в пределах области составляет 110 км, дорога также двухпутная и электрифицированная, в сутки в обоих направлениях проходит до 100 пассажирских и грузовых поездов. Несколько местных железнодорожных веток – Сараевка - Старый Оскол, Белгород - Шебекино - Волчанск, Белгород - Томаровка позволяют осуществлять выход к главным транспортным магистралям, эти ветки, как правило, не электрифицированные и однопутные. Крупные товарные станции расположены в Белгороде (Белгород-Товарный, Белгород-Сумской, Крейда), а так же в Прохоровке, Готне, Губкине, Старом Осколе, Алексеевке, Валуйках, Масловой Пристани, Новой Таволжанке, Веселой Лопани и Октябрьском. Грузо-пассажирские пункты пропуска через государственную границу России расположены на станциях Белгород, Валуйки, Головчино, Долбино, Илек-Пеньковка, Наумовка, Нежеголь, Разъезд Выстрел [45].

Общая эксплуатационная длина железнодорожных путей общего пользования на территории области составляет 700 км, густота железнодорожной сети – 2,58 км на 100 км² площади. Длина электрифицированных путей за 1995-2016 годы возросла на 176 км, т.е. наблюдаются темпы роста. Крупнейшими узлами являются: Белгород, Валуйки, Старый Оскол.

Для обеспечения потребности населения в дальних пассажирских перевозках Юго-Восточным филиалом ОАО «Федеральная пассажирская

компания» сформированы и курсируют по территории области 2 фирменных пассажирских поезда в направлениях Белгород - Москва, Валуйки - Старый Оскол - Москва.

Транспортное обслуживание населения Белгородской области железнодорожным транспортом пригородного сообщения осуществляется на основании договора, заключенного между Правительством Белгородской области и ОАО «Пригородная пассажирская компания «Черноземье», по регулируемому тарифу с возмещением выпадающих доходов перевозчика из средств областного бюджета. Основным акционером пассажирской компании (51 процент акций) является ОАО «РЖД», доля Белгородской области составляет 9 процентов.

Предоставление транспортных услуг на территории Юго-Восточной железной дороги обеспечивается следующими структурными подразделениями ОАО «РЖД»: Юго-Восточная дирекция управления движением, Юго-Восточная дирекция инфраструктуры, Юго-Восточная дирекция тяги и Юго-Восточный территориальный центр фирменного транспортного обслуживания.

Юго-Восточная дирекция управления движением обеспечивает:

- организацию и управление перевозочным процессом;
- оптимизацию технологии управления вагонными парками в условиях реализации Целевой модели рынка грузовых перевозок;
- оптимизацию использования пропускной и перерабатывающей способности инфраструктуры, технических средств и прогрессивных технологий в целях снижения себестоимости перевозок, обеспечения их эффективности;
- формирование и проведение единой технической политики в области организации перевозок грузов и пассажиров;
- обеспечение безопасности движения, выполнение законодательства Российской Федерации по охране труда, пожарной безопасности и защите окружающей среды.

Белгородский центр организации работы железнодорожных станций - структурное подразделение Юго-Восточной дирекции управления движением Центральной дирекции управления движением - филиала открытого акционерного общества «Российские железные дороги».

Юго-Восточная дирекция инфраструктуры – филиал Центральной дирекции инфраструктуры, выполняет следующие функции:

- управление технологическим комплексом инфраструктуры железнодорожного транспорта общего пользования (далее - инфраструктура), в том числе обеспечение ее посменной технической готовности к перевозке грузов и пассажиров;

- недопущение на инфраструктуру технически неисправного подвижного состава, машин и механизмов, потенциально создающих риски причинения вреда объектам инфраструктуры и неисполнения графика движения поездов;

- обеспечение безопасности движения поездов, охраны труда, пожарной и экологической безопасности;

- оптимизация и развитие своих производственных мощностей и трудовых ресурсов.

Организация «Белгородская дистанция пути» - структурное подразделение Юго-Восточной дирекции инфраструктуры - структурного подразделения Центральной дирекции инфраструктуры - филиала открытого акционерного общества «Российские железные дороги».

Юго-Восточная дирекции тяги - структурное подразделение Дирекции тяги - филиала ОАО «Российские железные дороги» – функции которого заключаются в предоставлении локомотивов и локомотивных бригад для осуществления грузовых перевозок, а также перевозок пассажиров в дальнем следовании.

Эксплуатационные локомотивные депо Белгород-Курский, Старый Оскол и Валуйки, расположенные на территории Белгородской области, являются структурными подразделениями Юго-Восточной дирекции тяги.

Юго-Восточный территориальный центр фирменного транспортного обслуживания, входящий в состав Центра фирменного транспортного обслуживания, филиала ОАО «РЖД» выполняет следующие функции:

- организация перевозок грузов железнодорожным транспортом;
- организация комплексного транспортного обслуживания;
- организация работ по оказанию услуг, связанных с перевозкой грузов и использованием инфраструктуры железнодорожного транспорта общего пользования, принадлежащей ОАО «РЖД»;
- организация и ведение договорной работы при организации перевозок грузов железнодорожным транспортом;
- взаимодействие с грузоотправителями, грузополучателями, владельцами железнодорожных путей необщего пользования и операторами железнодорожного подвижного состава (контейнеров), в т.ч. заключение договоров на эксплуатацию железнодорожных путей не общего пользования и договоров на подачу и уборку вагонов;
- организация и ведение работы по МТУ и НТУ, в т.ч. проверка знаний грузоотправителей технических условий размещения и крепления грузов;
- заключение соглашений на организацию расчётов, финансовые расчеты за грузовые перевозки, а также контроль за их осуществлением;
- организация претензионной работы;
- организация работы в сфере таможенного дела при перевозке грузов и транспортных средств;
- организация и ведение электронного обмена документами при перевозке грузов;
- прием заявок грузоотправителей на перевозку грузов;
- организация работ по оформлению документов по перевозке грузов.

В Белгородской области расположено Белгородское Агентство фирменного транспортного обслуживания Юго-Восточного ТЦФТО.

За последние годы наблюдаются изменения в распределении пассажирских перевозок по видам транспорта (таблица 2.1.1). Все больше

пассажиры перевозятся автотранспортом и значительно меньше железнодорожным транспортом. В сравнении с 2011 годом в 2017 году на 1,6% возросла доля перевозок автотранспортом, и на 1,5% снизились перевозки поездами. Основной удельный вес в перевозках пассажиров транспортом общего пользования имеет автомобильный транспорт (88,5%). Он более удобен с точки зрения пассажира и, как правило, на небольших и средних расстояниях быстрее. Наибольшая доля в перевозках автотранспортом приходится на внутригородские сообщения.

Таблица 2.1.1 – Структура перевозок пассажиров транспортом общего пользования в Белгородской области (в % к итогу) [6]

Вид транспорта	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Железнодорожный	3,1	2,6	2,3	2,1	1,6	1,5	1,4
Автомобильный	86,9	87,0	87,6	88,1	88,5	88,7	88,9
Воздушный	0,03	0,04	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Электрический	10,0	10,3	10,0	9,7	9,7	9,7	9,8

Через Белгородскую область в зимний период проходит не менее 20 пар поездов дальнего следования. В летний период назначаются дополнительные поезда, и количество пар возрастает. В Белгородской области формируется 2 фирменных поезда: «Белогорье» сообщением Белгород-Москва и «Приосколье» сообщением Валуйки - Старый Оскол - Москва.

Железнодорожный транспорт продолжает играть важную роль в перевозках пассажиров, как на дальние расстояния, так и в пригородном сообщении, но на рисунке 2.1.2 мы видим устойчивую тенденцию к сокращению объемов перевозки пассажиров железнодорожным транспортом.

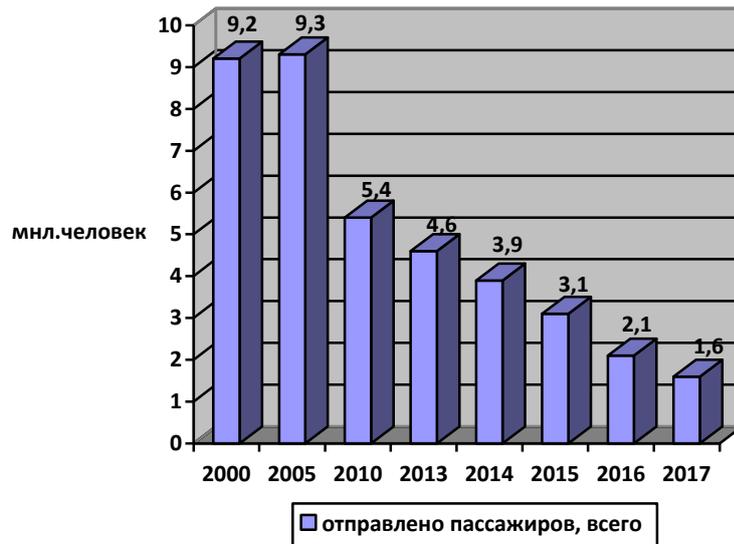


Рисунок 2.1.2 – Динамика перевозок пассажиров в Белгородской области железнодорожным транспортом общего пользования (млн. человек) [6]

В последнее время перевозки пассажиров поездами заметно сократилось, что в значительной степени связано со снижением пассажиропотока на Харьковском направлении. В общем объеме железнодорожных отправок пассажиров занимает основной удельный вес - пригородные отправки - 67,9%. В 2017 году по сравнению с показателями 2010 года перевозки пассажиров в поездах пригородного сообщения сократился в 3 раза.

После практически полной отмены поездов, следующих на Украину, руководство ОАО «РЖД» приняло решение о запуске нескольких дневных ускоренных поездов, связывающих Тулу, Орел, Курск и Белгород. Начиная с декабря 2014 года все железнодорожное сообщение с Крымом, проходящее по маршруту через Курск - Белгород - Харьков было отменено. На момент написания работы пассажирское сообщение между Россией и Украиной на южном пассажирском направлении представлено двумя поездами: Москва - Харьков и Москва - Кривой Рог составностью по 15-18 вагонов, состоящих из отдельных групп: поезд Москва - Харьков имеет в своем составе вагоны

назначением в Сумы, Полтаву и Кременчуг, поезд Москва-Кривой Рог имеет в своем составе вагоны, следующие до Днепропетровска. Ежедневно пограничный переход пересекают два грузовых поезда в каждом направлении. В основном идет уголь из России, обратно заполненность грузовых вагонов неполная. Железнодорожное сообщение между российско-украинской границей также представлено двумя ежедневными электричками до приграничной станции Наумовка, расположенной от границы в шести километрах. Всего межгосударственное сообщение представлено четырьмя парами поездов. Стоимость эксплуатации двухпутной электрифицированной железной дороги высокая. До конца зимы 2015 года сохранялось движение межгосударственной электрички-экспресса Харьков - Белгород. Однако после 2014 года пассажиропоток сократился и электрички-экспрессы стало невыгодно пускать даже по выходным дням. По данным пригородной пассажирской компании «Черноземье», которая являлась российским оператором экспресса Белгород - Харьков «Князь Владимир», по сравнению с 2013 годом падение пассажиропотока в 2014 году составило почти 2,5 раза. Поэтому российскую часть проекта отменили еще осенью 2014 года. Дальнейший спад в железнодорожных перевозках может привести и к тому, что Белгород станет тупиковой станцией, за которой движение в сторону Украины будет полностью прекращено.

Основная масса грузов перевозится по железным дорогам, поэтому железнодорожный транспорт является чрезвычайно важным для экономического развития Белгородской области. Начиная с 1995 года наблюдается рост объема перевезенных грузов (рисунок 2.1.3), что связано, прежде всего с ростом экономики и ценовой политикой Министерства путей сообщения и Министерства по антимонопольной политике. После 2013 года наблюдаются незначительные колебания в объеме перевозок грузов железнодорожным транспортом в Белгородской области.

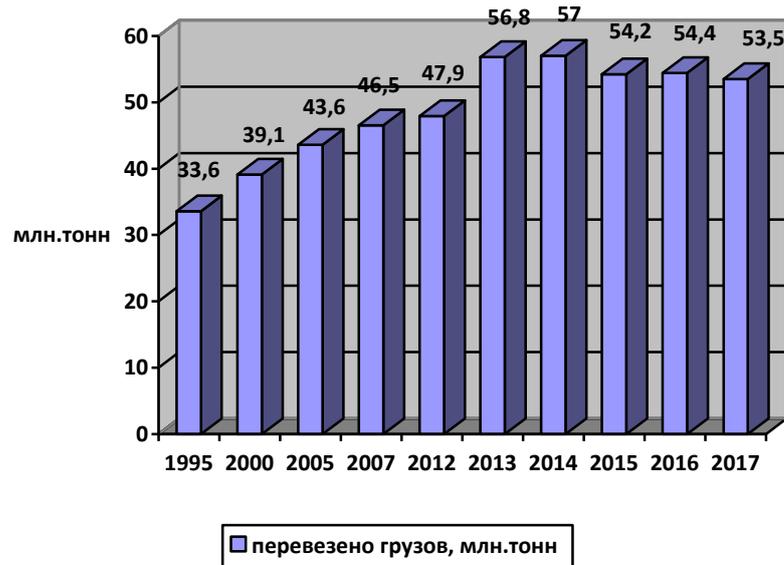


Рисунок 2.1.3 – Динамика перевозок грузов в Белгородской области железнодорожным транспортом (млн. т) [6]

Как видно из рисунка 2.1.3. не только экономический рост, но и цены на услуги играют для потребителей, большую роль, что демонстрируется увеличением объемов перевозок еще до проведения девальвации, которая дала толчок экономическому развитию страны.

По данным Белгородстата из области отправляется больше грузов, чем прибывает. В структуре отправок основное место занимает железная руда, черные металлы, строительные материалы, цемент. Наибольший вклад в объём погрузки вносят предприятий горнодобывающей промышленности (Стойленский и Лебединский ГОКи). Основные станции погрузки: Стойленская, Старый Оскол, Котёл.

В 2017 году на Юго-Восточной железной дороге были созданы условия для дальнейшего повышения надежности и развития инфраструктуры. За счет выделенных инвестиций внедрялись новые технические средства, ресурсосберегающие технологии. Введена в опытную эксплуатацию система микропроцессорной централизации стрелок и светофоров МПЦ-ЭЛ на станции Избердей. Особое внимание на дороге было уделено реализации инвестиционного проекта «Реконструкция склада временного хранения

таможенных грузов на станции Валуйки». Завершена реконструкция вокзала на станции Кирсанов.

К достоинствам железнодорожного транспорта относятся дешевизна, независимость от метеорологических условий, высокая надежность, относительно свободное размещение, резкое снижение издержек при массовых перевозках грузов и пассажиров, большая пропускная способность. Кроме того, железнодорожный транспорт – наиболее экологичный. Даже без учета тарификации путей, которая на территории Белгородской области составляет около 40%, тепловозы все равно меньше загрязняют окружающую среду по сравнению с автомобильным транспортом. Кроме того, железные дороги не требуют больших площадей, как водные пути, по уровню шума так же легче вписываются в допустимые рамки по сравнению с воздушным транспортом.

К недостаткам железнодорожного транспорта относится высокая первоначальная стоимость строительства железных дорог. В условиях России, это естественная монополия, которая фактически принадлежит государству, что накладывает свой отпечаток на ценообразование. Через территорию Белгородской области проходит одно из магистральных направлений транспортной системы страны – меридиональное направление «север-юг» с выходом на Молдову, Кавказ, Украину которое образовано преимущественно железнодорожными путями.

Для железнодорожного транспорта Белгородской области характерны большая длина перегонов, широкая колея, невысокая плотность железных дорог, а это ведет к их значительной грузонапряженности. По Белгородской области плотность железных дорог составляет в среднем 2,58 км на 100 км² территории, что значительно выше среднего показателя по России.

2.2 Направления развития железнодорожного транспорта и подходы к оценке качества предоставляемых услуг и обслуживания клиентов

Высокая конкуренция среди транспортных компаний определяет необходимость обеспечения высокого уровня качества обслуживания для достижения и удержания завоеванных позиций на рынке транспортных услуг. При этом высокий уровень сервиса и эффективности обслуживания должен сопровождаться соответствующим уровнем материально-технического обеспечения, а именно: развитой системой складских и контейнерных терминалов, современной погрузочно-разгрузочной техникой, электронными средствами информации и управления.

В ОАО «РЖД» как и в других компаниях осуществляется оценка удовлетворенности потребителей. Изучая своих потребителей и их удовлетворенность и требования, компании могут судить о результативности своей деятельности, а также о дальнейших направлениях развития. В настоящее время в рамках ОАО «РЖД» существует несколько методик по оценке удовлетворенности потребителей. Стандарт СТО РЖД 1.05.503-2007 «Методика оценки удовлетворенности потребителей услуг в области грузовых перевозок ОАО «РЖД» на основе анкетирования» является основным нормативным документом, который позволяет проводить оценку и анализ полученных результатов по удовлетворенности потребителей в сфере грузоперевозок. Методика предусматривает общие требования к проведению исследований по оценке удовлетворенности потребителей грузовых перевозок: регламентирует требования потребителей в сфере перевозок грузов, принципы построения и содержание анкет по изучению требований потребителей грузоперевозок, порядку организации и проведения опросов потребителей, описывает методику оценки и анализа результатов опросов [5].

Согласно распоряжению ОАО «РЖД» от 19.11.2012 № 2316р с 01.01.13 была введена методика проведения исследований по определению степени

удовлетворенности потребителей. Данная методика предназначена для оценки лояльности обслуживания пассажира в пригородном сообщении, основанной на потребительской оценке качества оказываемых услуг. Основа данной методики – персональное интервью, одна из целей которого – определить сводный показатель уровня удовлетворенности потребителей услугами пригородных пассажирских компаний. На основании распоряжения ОАО «РЖД» от 07.11.2014 г. № 2617р с 01.01.15 был утвержден Регламент проведения мониторинга и оценки удовлетворенности потребителей по обеспечению средствами индивидуальной защиты, поставляемых Росжелдорснабом. Основу данной оценки также составляет анкетирование. С помощью анкет можно оценить качество обеспечения сотрудников спецодеждой, специальной обувью. Данный нормативный документ обязует ОАО «РЖД» в целях повышения эффективности работы по обеспечению средствами индивидуальной защиты работников ОАО «РЖД» проводить оценку удовлетворенности потребителей. В пределах Юго-Восточной железной дороги существует методика М ЮВЖД 2.01.001 «Оценка удовлетворенности потребителей процессов инфраструктуры, эксплуатации, обслуживания и ремонта подвижного состава Юго-Восточной железной дороги – филиала ОАО «РЖД». Существующие методики предлагают проводить исследования в различных сферах деятельности: грузо- и пассажироперевозках, сервиса и более детальных уровней процессов различных видов деятельности.

С 2016 года Исследование индекса качества РЖД, направленное на выявление степени удовлетворенности клиентов качеством предоставляемых транспортных услуг, а также объективных сложностей и узких мест в работе железнодорожного транспорта проводится 1 раз в квартал, и постоянно модифицируется на основе полученного опыта и изменений внешней и внутренней среды.

Критериями оценки уровня качества услуг ОАО «РЖД» на рынке грузоперевозок магистральным железнодорожным транспортом выступают:

- стоимость услуг ОАО «РЖД»;
- стоимость услуг компаний-операторов;
- оперативность согласования заявок (в том числе на перевозку повагонной/групповой отправкой, согласование заявки на разовую перевозку);
- наличие вагонов нужного типа в необходимом количестве;
- техническое состояние вагонов;
- подача вагонов под погрузку/выгрузку по графику;
- соблюдение сроков доставки, в том числе в сравнении с нормативными;
- уровень информационных технологий и передача бухгалтерской документации;
- сохранность груза;
- полнота удовлетворения спроса на перевозки;
- уровень развития транспортной инфраструктуры.

Сбор мнений респондентов осуществляется путем анкетирования и интервьюирования, в исследовании принимают участие менеджеры высшего и среднего звена компаний, являющихся пользователями услуг на рынке грузоперевозок магистральным железнодорожным. В рамках анкетирования респондентам предлагается оценить текущую ситуацию по отдельным критериям по 100-балльной шкале с классификацией: 0–25 баллов – оценка «неудовлетворительно», 25–50 – «удовлетворительно», 50–75 – «хорошо», 75–100 – «отлично». В результате проведенного исследования на основании собранных данных выполняется расчет Индекса качества [55].

Большинство методик, исследующих удовлетворенность потребителей услугам и или результатами процесса, указывают, что данное понятие неразрывно связано с категорией «качество». Высокий уровень обслуживания приводит к увеличению количества лояльных потребителей, формирует благоприятный имидж предприятия, что, в свою очередь, приводит к росту его финансовых показателей [65].

Наиболее эффективным и надежным инструментом улучшения качества обслуживания покупателей, принятым сегодня абсолютным большинством компаний сферы услуг в странах Запада в последнее время является MysteryShopping. В целом, программа MysteryShopping позволяет оптимально и наиболее объективно выявить и проанализировать как сильные, так и слабые места работы с клиентами и позволяет взглянуть на сервис организации «глазами» заинтересованного потребителя. Данная методика проявила себя как адекватная форма контроля качества сервиса; она позволяет получить количественные и качественные результаты его измерения. Как известно, то, что измеряется и контролируется – улучшается. Оценка удовлетворенности потребителей относится к наиболее значимым элементам системы управления качеством, так как не только позволяет проводить контроль качества предоставления услуг, дает основу для анализа и принятия управленческих решений, но и обеспечивает обратную связь, необходимую для любой устойчивой и способной к развитию системы. Тем не менее, в области исследования проблем управления качеством в сфере перевозочных процессов еще не решена задача разработки целостной, единой методологии оценки качества предоставления услуг, которая включала бы в себя все аспекты от оценки реакции потребителя с помощью анкетирования и до создания системы статистического учета и анализа параметров оценки.

Метод «Таинственного покупателя» имеет ряд преимуществ, среди которых: детально структурированная итоговая анкета, в которой выделены оцениваемым блокам, наличие артефактов проведенной оценки (видео- и аудиозапись, товарный чек и т.д.), возможность оценки качества услуг, оказываемых конкурентами, возможность интеграции в систему управления персоналом организации. Однако существенные затраты времени и финансов, необходимые для организации исследования, незначительное количество профессиональных агентств, предоставляющих данную услуги, сложность проведения исследования своими силами существенно ограничивают возможность использования данного метода [28].

К инструментам системы менеджмента качества, применяемым для оценки и повышения качества процесса обслуживания, относят следующие:

- SERVQUAL – инструмент, направленный на измерение качества услуг;
- Quality Function Deployment (QFD) – инструмент, позволяющий перевести требования клиентов в качественные характеристики процесса обслуживания;
- Failure Mode and Effects Analysis (FMEA) – инструмент, направленный на определение недостатков процесса обслуживания и разработку корректирующих мероприятий;
- метод диаграммного проектирования (blue-printing) – инструмент, наглядно представляющий процесс обслуживания.

Проведем сравнительный анализ следующих методов оценки качества сервиса: SERVQUAL, Function Deployment (QFD), Failure Mode and Effects Analysis (FMEA), метод диаграммного проектирования - результаты которого представим в таблице 2.2.1 [48].

Таблица 2.2.1 — Сравнительных анализ инструментов оценки и повышения качества процесса обслуживания

Инструмент оценки и повышения качества процесса обслуживания	Достоинства инструмента	Недостатки инструмента
1	2	3
SERVQUAL	наглядное графическое представление результатов полученных	отсутствие детальной оценки критериев качества услуги и эталонной сервисной организации, принятой за стандарт качества
	не требует специальной подготовительной работы перед ее применением	иллюзорная достижимость суперкачества услуги
	возможность использования собственными силами без привлечения специальных агентств	невнимательность потребителей при заполнении всех частей анкеты, которые считают, что им дают заполнить одно и то же в трех экземплярах

Продолжение табл. 2.2.1

1	2	3
	выявление ключевых направлений в улучшении деятельности предприятия	
	простота использования	
QFD	возможность идентифицировать самые важные ожидания клиентов и воплотить их в разрабатываемом продукте или услуге	риск внесения вынужденных изменений в проектируемую продукцию вследствие непродуманных целей
	гарантированность успеха нового (модернизируемого) продукта у покупателей еще до производства и выведения на рынок	сложность получения количественного значения целей улучшения технических характеристик или параметров
	снижение затрат на доработку, исправление, снятие с производства неудачного продукта	сложность и громоздкость ручных вычислений и анализа
	обеспечение конкурентного преимущества	недостаточная коммуникативность потребителей
	расширение клиентуры	сложно применим в условиях нестандартных заказов
		недостаточное вниманием к деталям
Failure Mode and Effects Analysis (FMEA)	применимость к видам отказов, связанных с ошибками персонала, нарушением работоспособности оборудования, работы систем и процессов	трудность применения для сложных систем, имеющих множество функций и состоящих из различных наборов компонентов, имеющих несколько режимов эксплуатации, несколько политик технического обслуживания и ремонта
	значительное сокращение ошибок на ранней стадии создания продукции и процессов, особенно при необходимости создания конкурентоспособной продукции в короткие сроки	неэффективным процессом при необдуманном применении. Исследования FMEA, результаты которых предполагается использовать в дальнейшем, должны быть определены. Проведение FMEA не должно быть включено в требования без предварительного анализа
	возможность эффективно влиять на качество и безопасность объектов на стадии проектирования выявляя потенциальные отказы с высокой критичностью	высокая вероятность ошибки при попытке охвата исследованиями FMEA нескольких уровней в иерархической структуре системы, предусматривающей резервирование

Окончание табл. 2.2.1

1	2	3
	возможность привлекать к процессу анализа специалистов разного профиля обусловленная простотой методологии FMEA, дает всесторонний охват проблемы и улучшает информационный обмен между службами предприятия	неспособность оценить общую надежность системы и таким образом степень ее улучшения или изменения
	предотвращает появление катастрофических отказов и определяет возможные протекания нарушений, что приводит к сокращению потерь, обусловленных низким качеством, за счет предотвращения отказов (дефектов, несоответствий) на ранних стадиях проектирования	трудность эффективного представления взаимосвязи между людьми (группами) видов отказов или причинами видов отказов, в связи с лежащим в основе предложением о независимости видов отказов, и не указывает на виды отказов, которые при совместном появлении могут иметь существенные последствия, но по отдельности имеют низкую вероятность появления
	простота и наглядность результатов FMEA для лиц, принимающих решения	возможность использования лишь для идентификации отдельных отказов, а не их сочетания
		трудоёмкость и дороговизна исследований, в случае их проведения без соответствующего контроля и специальной направленности
Метод диаграммного проектирования	возможность визуального представления всего процесса производства и оказания услуг, и задач, непосредственно связанных с этим процессом	чрезмерный акцент на невидимую часть процесса производства услуги

Таким образом, проанализированные инструменты не требуют обращения в специализированные агентства и могут быть проведены компанией самостоятельно.

Последние эмпирические исследования показывают приемлемость методики «SERVQUAL» для маркетинговых исследований качества услуг в РФ. Методика была апробирована в страховых компаниях, в сфере образования и медицины, в банковском секторе. Это позволяет адаптировать методику для измерения и контроля качества транспортных услуг.

Методика «взвешенный SERVQUAL» объединяет в себе наличие шкалы оценивания значимости и SERVQUAL (оценивание не только восприятия, но и ожидания потребителя услуги). Применение методики состоит в разработке анкеты, состоящей из вопросов, позволяющих оценить измерения качества обслуживания. Выбор данного инструмента при проведении анкетирования клиентов обусловлен спецификой его использования, предполагающей оценку ожиданий клиентов относительно качества обслуживания, восприятия после обслуживания, а также оценку значимости представленных в таблице измерений качества услуг грузоперевозки. Таким образом, анкета для оценки клиентом качества услуг должна состоять из трех блоков: оценка ожидания, оценка восприятия, значимость критериев [48].

Представляется целесообразным рекомендовать такую последовательность применения методики «взвешенный SERVQUAL» для измерения качества услуги:

- перед началом исследования проанализировать специфику конкретного вида услуг;
- модифицировать и адаптировать вопросы анкеты применительно к специфике исследуемой отрасли услуг;
- для более полного анализа исследовать третий блок анкеты – «важность» - для градации весомости полученных коэффициентов качества.

Анкета для измерения качества услуг состоит из трех блоков:

- блок утверждений для измерения ожиданий потребителей относительно качества услуг;
- блок утверждений для измерения восприятия потребителями качества услуг, фактически предоставленных компанией;
- блок утверждений для определения степени важности критериев качества услуг для потребителей.

Первый и второй блоки анкеты имеют одинаковую структуру и состоят из 22 утверждений, имеющих сходное содержание. Составляющие

показателя качества железнодорожной перевозочной услуги (критерии качества услуги) соответствуют следующим требованиям конечного потребителя:

1. Материальность (осязаемость) – физическая доступность и привлекательность:

- возможность увидеть современное оборудование, оргтехнику, персонал, наличие и привлекательность информационных материалов;

- наличие у компании-грузоперевозчика современной оргтехники и оборудования;

- отличное состояние интерьера в помещениях компании-грузоперевозчика;

- приятная наружность и опрятность сотрудников компании-грузоперевозчика;

- привлекательный внешний вид информационных материалов (буклетов, проспектов) компании-грузоперевозчика.

2. Надежность – постоянная готовность к аккуратному и точному предоставлению услуги, способность фирмы выполнить обещанную услугу в срок, точно и основательно:

- выполнение компанией-грузоперевозчиком обещания оказать услугу к назначенному времени (своевременность предоставления услуги);

- искренняя готовность компании-грузоперевозчика решить возникшие проблемы клиентов;

- надежность репутации компании-грузоперевозчика;

- гарантированность предоставления услуги (бесперебойное выполнение услуги от начала и до конца);

- предсказуемость услуги в процессе ее реализации.

3. Отзывчивость (ответственность) – готовность оказать помощь клиенту и оперативно предоставить необходимое обслуживание, быстрое обслуживание и искреннее желание руководства и персонала фирмы помочь потребителю:

- дисциплинированность сотрудников компании-грузоперевозчика;
- быстрота и оперативность оказания услуг сотрудниками компании-грузоперевозчика;
- помощь сотрудников компании-грузоперевозчика клиентам с решением их проблем;
- оперативность реагирования сотрудников компании-грузоперевозчика на просьбы клиентов.

4. Убежденность (уверенность) - компетентность и любезность персонала, его готовность говорить правду и хранить конфиденциальность, компетентность, ответственность и уверенность обслуживающего персонала фирмы:

- наличие атмосферы доверия и взаимопонимания между клиентами и сотрудниками компании-грузоперевозчика;
- чувство безопасности у клиентов в отношениях с компанией-грузоперевозчиком;
- вежливость сотрудников компании-грузоперевозчика по отношению к клиентам;
- оказание руководством компании-грузоперевозчика поддержки сотрудникам для эффективного обслуживания клиентов.

5. Сочувствие (эмпатия) – обеспечение заботливого и персонифицированного внимания:

- проявление индивидуального подхода к клиентам компании-грузоперевозчика;
- проявление сотрудниками компании-грузоперевозчика личного участия в решении проблем клиентов;
- знание сотрудниками компании-грузоперевозчика потребностей своих клиентов;
- ориентированность сотрудников компании-грузоперевозчика на проблемы клиентов;
- удобство часов работы компании-грузоперевозчика для всех клиентов.

В третьем блоке анкеты SERVQUAL от респондентов требуется распределить 100 баллов между пятью критериями качества услуг, исходя из степени важности каждого из критериев для респондента.

Качество перевозочной услуги определяется потребителями данной услуги. В рамках нашего исследования произведено анкетирование 20 грузоотправителей из Белгородской области. Анкетирование было проведено в октябре 2018 года.

Бланки анкеты представлены в Приложении А, Б.

На основе данных, собранных с использованием анкеты SERVQUAL, были рассчитаны следующие показатели, количественно характеризующие несоответствие между ожиданиями и восприятием потребителей услуг железнодорожной перевозки грузов:

1. Средние показатели по ожиданиям и восприятию по утверждению (рассчитываются по каждому из 22 утверждений анкеты SERVQUAL) представлены в таблице 2.2.2.

Таблица 2.2.2 - Средние показатели по ожиданиям и восприятию по утверждению

Критерий качества	Тип	Рейтинг ожидания	Рейтинг восприятия	Коэффициент качества Q (восприятие минус ожидание)
1	2	3	4	5
Наличие у компании-грузоперевозчика современной оргтехники и оборудования	Материальность	4,85	4,45	-0,40
Отличное состояние интерьера в помещениях компании-грузоперевозчика	Материальность	4,70	4,10	-0,60
Приятная наружность и опрятность сотрудников компании-грузоперевозчика	Материальность	4,45	3,90	-0,55
Внешний вид информационных материалов (буклетов, проспектов) компании-грузоперевозчика должен быть привлекателен	Материальность	4,80	3,50	-1,30
В компании-грузоперевозчика должны выполняться обещания оказать услугу к назначенному времени	Надежность	4,50	3,30	-1,20

Продолжение табл. 2.2.2

1	2	3	4	5
Если у клиентов возникают проблемы, то компания-грузоперевозчика должна искренне пытаться их решить	Надежность	4,80	3,30	-1,50
У компании-грузоперевозчика должна быть надежная репутация	Надежность	4,50	4,00	-0,50
Гарантированность предоставления услуги компании-грузоперевозчика (бесперебойное выполнение услуги от начала и до конца)	Надежность	3,80	4,60	0,80
Компании-грузоперевозчики должны обеспечить предсказуемость услуги в процессе ее реализации	Надежность	4,80	3,95	-0,85
Сотрудники компании-грузоперевозчика должны быть дисциплинированными	Отзывчивость	4,55	3,60	-0,95
Сотрудники компании-грузоперевозчика должны оказывать услуги быстро и оперативно	Отзывчивость	4,60	3,40	-1,20
Сотрудники компании-грузоперевозчика должны всегда помогать клиентам с решением их проблем	Отзывчивость	4,70	3,70	-1,00
Сотрудники компании-грузоперевозчика должны оперативно реагировать на просьбы клиентов	Отзывчивость	4,70	3,50	-1,20
Между клиентами и сотрудниками компании-грузоперевозчика должна существовать атмосфера доверия и взаимопонимания	Убежденность	4,60	3,10	-1,50
В отношениях с компаниями-грузоперевозчиками клиенты должны чувствовать себя безопасно	Убежденность	4,25	3,25	-1,00
Сотрудники компании-грузоперевозчика должны быть вежливы с клиентами	Убежденность	4,60	3,25	-1,35
Руководство компании-грузоперевозчика должно оказывать поддержку сотрудникам для эффективного обслуживания клиентов	Убежденность	4,60	3,60	-1,00
К клиентам компании-грузоперевозчика должен проявляться индивидуальный подход	Сочувствие	4,60	3,10	-1,50

Окончание табл. 2.2.2

1	2	3	4	5
Сотрудники компании-грузоперевозчика должны проявлять личное участие в решении проблем клиентов	Сочувствие	4,55	3,25	-1,30
Сотрудники компании-грузоперевозчика должны знать потребности своих клиентов	Сочувствие	4,20	3,80	-0,40
Сотрудники компании-грузоперевозчика должны ориентироваться на проблемы клиентов	Сочувствие	4,75	3,85	-0,90
Часы работы компании-грузоперевозчика должны быть удобными для всех клиентов	Сочувствие	4,70	3,20	-1,50

Из таблицы 2.2.2 следует, что по всем утверждениям ожидаемые значения критериев качества превышают воспринимаемые.

2. Средний показатель по критерию качества услуг (рассчитывается по каждому из пяти типов критериев качества услуг) представлен в таблице 2.2.3.

Таблице 2.2.3 - Средний показатель по критерию качества услуг

Тип критерия качества	Материальность	Надежность	Отзывчивость	Убежденность	Сочувствие
Коэффициент качества	-0,71	-0,65	-1,09	-1,21	-1,12

Как видно из таблицы 2.2.3, наиболее низкий средний показатель качества у типов критериев убежденность, сочувствие и отзывчивость.

3. Степень важности критерия для потребителей выражена показателем важности каждого типа критерия качества (вес), который представлен в таблице 2.2.4.

Таблица 2.2.4 - Значимость типа критерия качества

Тип критерия качества	Материальность	Надежность	Отзывчивость	Убежденность	Сочувствие	Σ
Значимость типа критерия качества	0,26	0,26	0,18	0,16	0,15	1

Как следует из результатов исследования, представленных в таблице 2.2.4, наиболее значимыми типами критериев качества услуг железнодорожной перевозки грузов являются материальность и надежность. Данные типы показателей качества, согласно данным исследования, имеют наименьшее расхождение между воспринимаемым и ожидаемым качеством услуги. Таким образом, услуги железнодорожной перевозки грузов не соответствуют ожиданиям потребителей, хотя несоответствие наиболее значимых типов показателей качества менее значительное.

Несмотря на свою ценность как надежного, точного и достоверного инструмента для измерения качества в сфере услуг, следует отметить некоторые методологические проблемы «SERVQUAL»:

1) размываются различия между понятиями «удовлетворенность» и «качество», поскольку для обоих измерений используется парадигма «подтверждения - неподтверждения ожиданий»;

2) одни специалисты считают, что процедуры «SERVQUAL» должны быть расширены, другие - что упрощены. Расширение предполагает добавление коэффициентов качества к двум блокам вопросов третьей группы для выяснения их весомости; сокращение - измерение лишь потребительского восприятия критериев, при этом упускается измерение ожиданий. В обоих случаях предоставляются весомые и эмпирически подтвержденные аргументы;

3) представители разных отраслей услуг оспаривают универсальность методики «SERVQUAL» для всех отраслей услуг, как это утверждает ее авторами. Используя и апробируя методику в конкретных отраслях, ученые и практики предлагают разные модификации методики, тем самым привязывая вопросы «SERVQUAL» к специфике отрасли;

4) возникают споры и о так называемых толерантных зонах качества, или зонах терпимости. Суть возражений состоит в том, что сегменты рынка имеют разные уровни ожиданий качества, что приводит к разному восприятию качества. Например, то, что может считаться высоким качеством

для отечественных потребителей, может оказаться низким для иностранных клиентов. В одном случае ожидания качества могут быть заниженными, в другом - завышенными.

Методики оценки удовлетворенности потребителей подразумевают наличие комплексной структуры показателей качества. Комплексная структура показателей качества всегда лежит в основе формирования системы оценки качества не только продукции, но и услуг. Поэтому, применение соответствующих нормативных документов, устанавливающих требования к номенклатуре показателей качества является актуальным в России. Количественные параметры оценки включают в себя показатели, определяемые на основе данных статистического учета объемов услуг. Определению и оценке качественных параметров, в отличие от количественных, посвящен целый ряд научных исследований, которые тесно связаны с исследованиями в области процедур оценки удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей. Понятие удовлетворенности потребителей рассматривается как более широкое, включающее в себя понятие качества самой услуги. Анализ существующих методик, используемых ОАО «РЖД», показал, что в основном используются методики, направленные на оценку удовлетворенности потребителей услуг или процессов, но слабо выражена система формирования критериев, положенных в основу анкет, включаемых в методики [22].

Выводы по главе

Подводя итог, можно сделать следующие выводы:

1. Железнодорожный транспорт в Белгородской области имеет стратегическое значение для развития экономики региона, обеспечивает доставку грузов важнейших отраслей промышленности области. Оценка удовлетворенности потребителей услуг лежит в основе деятельности каждой

организации на рынке железнодорожных перевозок, поскольку это помогает выбрать направление совершенствования деятельности предприятия.

2. Клиентоориентированность и удовлетворенность потребителей взаимно дополняют друг друга, так как фундаментом клиентоориентированного подхода является удовлетворенность внутренних и внешних клиентов. Предприятия, главной целью которых является удовлетворение клиентов, должны стабильно измерять показатель удовлетворенности потребителей. Для этого необходимо формировать систему, обеспечивающую качество предоставляемых услуг, которая формируется на основе не только опросов, но и создания методики, обеспечивающей более системное и обоснованное формирование критериев.

3. Существующие методы оценки качества услуг железнодорожного транспорта основываются на социологических факторах, при этом зачастую пренебрегая формальными показателями. Предложенная в нашей работе методика оценки качества услуг железнодорожного транспорта сочетает формальные критерии показателей качества услуг и их весомость, определенную на основе методики SERVQUAL. При этом характеристики удовлетворенности, описанные в «Методике проведения исследований по определению степени удовлетворенности потребителей» ОАО «РЖД» на первый взгляд, схожа с оценкой по методике SERVQUAL, причем могут быть применены и для наземного транспорта. Однако методика РЖД не фиксирует разницу между ожидаемым и воспринятым качеством. Таким образом, при построении методики будут использованы методы социологических исследований для определения пользовательских предпочтений и эксплуатационные параметры функционирования системы.

ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Методика оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД», с учетом особенностей транспортных услуг железнодорожного транспорта

Согласно выделенным проблемам, представленным во второй главе диссертационной работы, мы рассмотрели применение различных инструментов оценки и совершенствования качества предоставления услуг и выявили, что применение отдельных инструментов имеет ряд недостатков, что обусловило необходимость использования их в комплексе.

Для управления процессом обслуживания клиентов транспортной организации необходимо применять авторскую методику оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов транспортной организации, применяя систему инструментов менеджмента качества, повышающих эффективность процесса обслуживания клиентов ОАО «РЖД» в Белгородской области. Предложенная методика предполагает сочетание следующих инструментов менеджмента качества:

- SERVQUAL – инструмент, направленный на измерение качества услуг;
- Function Deployment (QFD) – инструмент, позволяющий перевести требования клиентов в качественные характеристики процесса обслуживания [64];
- Failure Mode and Effects Analysis (FMEA) – инструмент, направленный на определение недостатков процесса обслуживания и разработку корректирующих мероприятий [59];

- метод диаграммного проектирования – инструмент, позволяющий наглядно представить усовершенствованный процесс обслуживания.

Выбор данных инструментов при оценке и совершенствовании процесса обслуживания обуславливается их следующим:

– с целью получения актуальной и надежной информации, которая в дальнейшем выступит основой для принятия управленческих решений в вопросах оценки и совершенствования качества предоставления услуг, мы предлагаем применить инструмент SERVQUAL, с помощью которого проведем анализ удовлетворенности клиентов и получим количественную оценку ожиданий клиента и восприятия им качества исследуемой услуги;

– для перевода требований клиентов, полученных в результате применения инструмента SERVQUAL в конкретные характеристики качества, которые необходимо изменить для достижения определенного качества оказываемой услуги, используется инструмент (построение матрицы «Дом качества»);

– выделенные с помощью инструмента QFD характеристики качества необходимо соотнести с этапами процесса оказания услуги, выделенные с помощью диаграммного проектирования, чтобы определить который из этапов обслуживания нуждается в совершенствовании;

– определить недостатки на нуждающихся в совершенствовании этапах обслуживания и предложить корректирующие мероприятия, используя инструмент FMEA.

Комплексное применение этих инструментов дает возможность рассмотреть процесс обслуживания с точки зрения и грузоотправителя, и ОАО «РЖД». Графическое представление методики оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов на основе инструментов менеджмента качества изображено на рисунке 3.1.1.



Рисунок 3.1.1 - Методика оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания грузоотправителей ОАО «РЖД» на основе инструментов менеджмента качества (составлено автором)

Результатом применения методики, представленной на рисунке 3.1.1 должен стать план по внедрению изменений в процесс обслуживания грузоотправителей ОАО «РЖД».

Существуют различные модификации и отраслевые интерпретации методики SERVQUAL. В параграфе 2.2 нашей работы использована наиболее сложная и учитывающая многие недостатки методика взвешенной SERVQUAL, предполагающая наряду с оценкой ожидания и восприятия

клиентами обслуживания, определение значимости для них предлагаемых измерений.

Результаты оценки качества услуг по методике взвешенной SERVQUAL являются основой для использования инструментов менеджмента качества, направленных на выявление наиболее важных для клиентов характеристик процесса обслуживания и определение проблем процесса, в частности, для построения матрицы «Дома качества» (QFD).

Последовательность этапов построения «Дома качества» (структурирования функции качества) процесса оказания услуг железнодорожных грузоперевозок в Белгородской области для обоснования мероприятий, направленных на повышение качества услуг железнодорожных грузоперевозок в Белгородской области, представлены на рисунке 3.1.2.

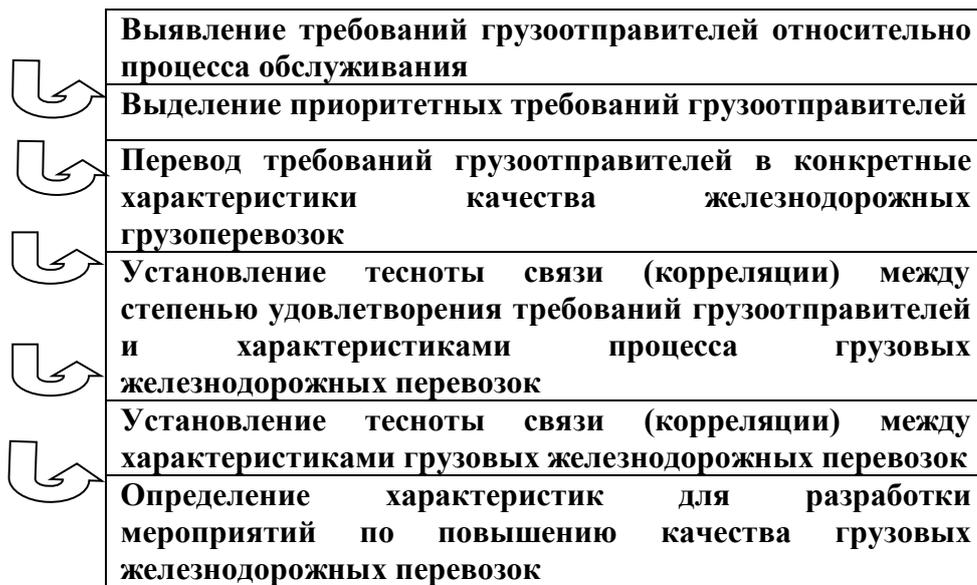


Рисунок 3.1.2 - Этапы построения «Дома качества» процесса оказания услуг железнодорожных грузоперевозок в Белгородской области (составлено автором)

Использование инструмента «Дом качества» при совершенствовании процесса обслуживания обусловлено его способностью переводить требования клиентов в конкретные характеристики качества, которые подлежат изменению.

Процесс обоснования мероприятий по оценке и совершенствованию качества предоставляемых услуг железнодорожных грузоперевозок целесообразно формализовать с помощью методологии структурирования (развертывания) функции качества – QFD – системного подхода к развертыванию требований и пожеланий потребителя через структурирование функций и операций деятельности компании по обеспечению такого качества на каждом этапе жизненного цикла вновь создаваемого продукта, которое бы гарантировало получение конечного результата, соответствующего ожиданиям потребителя.

Метод QFD является экспертным, в нем использованы специфические табличные формы представления данных – «дом качества» (рис. 3.1.3).

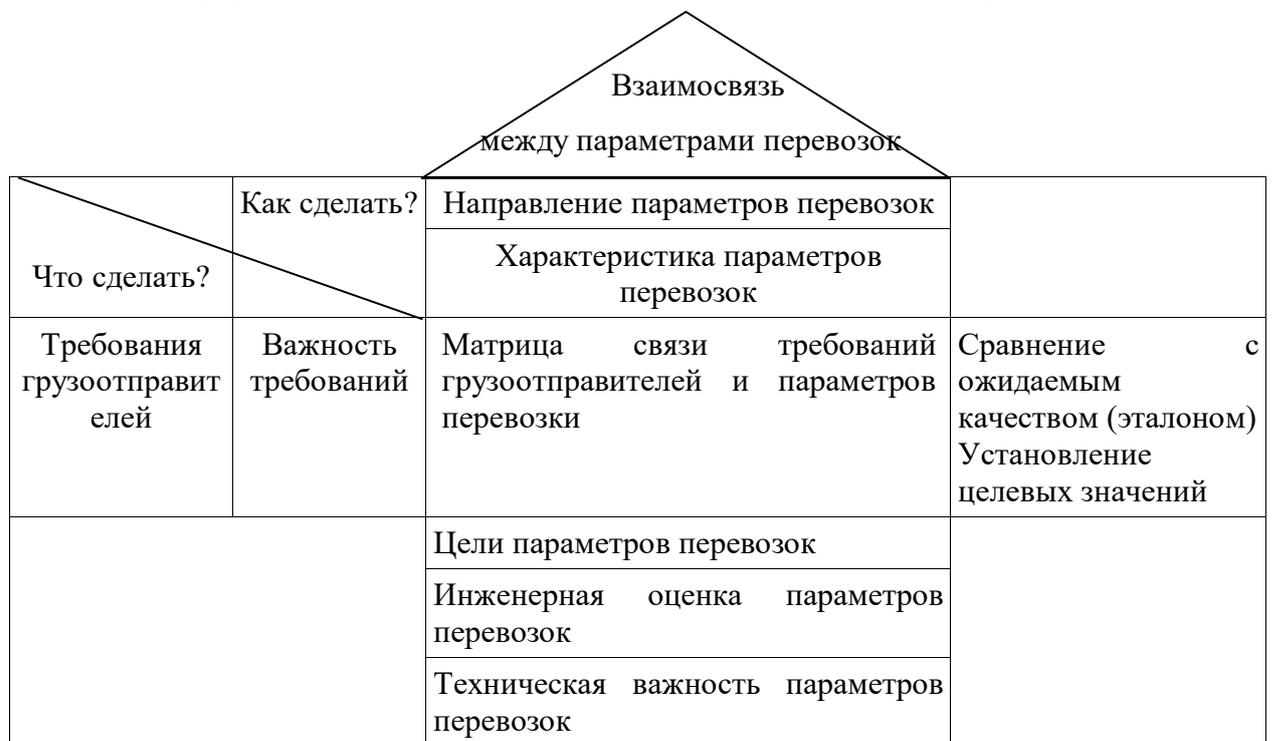


Рисунок 3.1.3 - Составляющие «дома качества» процесса оказания услуг железнодорожных грузоперевозок в Белгородской области (составлено автором)

Затем необходимо соотнести конкретные характеристики качества, которые подлежат изменению, с основными стадиями процесса оказания услуги железнодорожных грузоперевозок в Белгородской области. Для выделения основных этапов процесса транспортного обслуживания

предлагается использовать метод диаграммного проектирования, потому что разграничение видимых и невидимых операций позволяет описать процедуры, выполняемые сотрудниками ОАО «РЖД» на всех стадиях обслуживания клиентов как в видимой для клиента зоне, так и в невидимой. Также такое разграничение дает возможность определить условия, необходимые для производства услуги и ее непосредственного оказания. Отображение видимых материальных характеристик, оцениваемых клиентами на разных стадиях процесса обслуживания, позволяет учитывать качество материальных свидетельств обслуживания, таких как оформление помещения офиса, внешний вид персонала, наличие мест для заполнения документов и ожидания обслуживания. Выделение стадий, при осуществлении которых могут возникнуть проблемы, позволяет выделить и проработать возможные потенциальные проблемы процесса обслуживания.

Метод диаграммного проектирования предполагается из следующих этапов:

1. Определение действий клиентов на каждом этапе обслуживания начиная от первого обращения клиента и заканчивая уведомлением его о выполнении транспортной услуги. На данном этапе необходимо выделить стадии, на которых возможно ожидание клиентом выполнения тех или иных действий. Установление материальных свидетельств обслуживания на каждой стадии (например, помещение, в котором происходит обслуживание клиента, договор на оказание услуги и т.д.).

2. Определение действий сотрудника, непосредственно контактирующего с клиентом, находящихся выше линии взаимодействия в зоне видимого обслуживания (например, приветствие клиента, определение потребности и т.д.).

3. Определение действий сотрудника ОАО «РЖД», непосредственно контактирующего с клиентом, находящихся ниже линии взаимодействия в зоне невидимого обслуживания (например, подписание договора на предоставление услуги и т.д.).

4. Определение обеспечивающих и вспомогательных действий сотрудников ОАО «РЖД», непосредственно не контактирующих с клиентами (подготовка бланков договоров).

Наглядность данного метода позволяет выделить и описать все стадии и точки контакта клиента с сотрудниками компании-грузоперевозчика.

Выделенные с помощью метода диаграммного проектирования проблемы, которые могут возникнуть в процессе обслуживания клиентов в транспортной организации, подробно рассматриваются и анализируются с помощью метода анализа характера и последствий отказов (FMEA). Использование данного метода состоит в последовательном выполнении операций, представленных на рисунке 3.1.4.



Рисунок 3.1.3 - Блок-схема анализа видов и последствий потенциальных несоответствий процесса (составлено автором)

Применение данного инструмента состоит в определении на основе информации, полученной на предыдущих этапах, потенциальных и существующих недостатков процесса обслуживания, разработке корректирующих мероприятий и анализе эффективности запланированных мероприятий.

Последним этапом применения методики оценки качества предоставления услуг и обслуживания клиентов является построение усовершенствованного процесса обслуживания с учетом определенных с помощью метода SERVQUAL требований клиентов, существующих и потенциальных проблем процесса оказания услуги. Результатом применения методики является разработанный на основе сравнения существующего и усовершенствованного процесса план внедрения изменений в процесс обслуживания с выделением конкретных мероприятиями, сроков и ответственных лиц.

Таким образом, применение предложенной методики оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов железнодорожного транспорта в Белгородской области на основе инструментов менеджмента качества позволяет:

- наглядно представить стадии процесса предоставления услуг железнодорожного транспорта в Белгородской области;
- выявить недостатки в воспринимаемом качестве услуг железнодорожного транспорта в Белгородской области и спроектировать усовершенствованный процесс оказания данных услуг;
- разработать корректирующие мероприятия по нейтрализации существующих и потенциальных недостатков;
- определить эффективность разработанных мероприятий по нейтрализации недостатков.

Комплексное использование перечисленных инструментов менеджмента качества предоставит ОАО «РЖД» в Белгородской области возможность:

- узнать мнения грузоотправителей о качестве, преимуществах и недостатках процесса оказания услуг железнодорожного транспорта в Белгородской области;
- провести соответствие между мнением клиента и конкретными характеристиками качества обслуживания;
- подробно рассмотреть существующий процесс оказания услуг грузоперевозки железнодорожным транспортом в Белгородской области для выделения основных стадий в видимой и невидимой для клиентов зонах, материальных свидетельств обслуживания;
- выявить существующие и потенциальные несоответствия процесса обслуживания и их последствия, а также разработать рекомендации по снижению риска;
- спроектировать процесс обслуживания в соответствии с мнением клиентов, требованиями рынка, стратегией развития ОАО «РЖД»;
- разработать конкретный план внедрения изменений в процесс обслуживания с выделенными мероприятиями, сроками и ответственными сотрудниками.

3.2 Оценка экономической эффективности применения разработанной методики оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД»

Разработанная методика оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД» предполагает исследование услуг грузоперевозки по показателям качества, выявление приоритетных показателей качества обслуживания клиентов, разработку рекомендаций повышения уровня качества обслуживания клиентов ОАО «РЖД».

Требования грузоотправителей к качеству обслуживания в системе железнодорожного транспорта были выявлены в рамках проведения

исследования по методике SERVQUAL (параграф 2.2). В рамках применения комплексной методики необходимо сформировать комплекс параметров транспортного процесса системы железнодорожных перевозок.

Предлагаем следующий комплекс показателей оценки степени обеспечения требований потребителей услуг грузоперевозок железнодорожным транспортом:

- безопасность – число случаев нарушений, аварий, браков по вине локомотивного и вагонного хозяйства (1);
- соблюдение сроков – отклонение фактического срока прибытия от срока прибытия по договору (2);
- сохранность грузов – число случаев повреждения и хищения грузов по вине локомотивного и вагонного хозяйства (3);
- доступность – отношение числа выполненных заказов к числу поданных заявок, в т.ч. по причине невыполнения (по вине ОАО «РЖД» и другим причинам) (4);
- экологичность – соответствие фактического экологического состояния экологическим нормативам (5);
- недискриминационность – величина вариации по параметрам доступа (6);
- исполнение графика – среднее значение относительных отклонений фактического исполнения графика от планового (7);
- тарифы – отношение абсолютного изменения тарифа к абсолютному изменению количества услуг (8);
- интермодальность – доля грузооборота, перевезенного в прямом сообщении, в общем количестве грузооборота ценного груза (9);
- информационное сопровождение – отклонение времени поступления клиенту информации об операциях с грузом от фактического времени осуществления операции; количество несоответствий полученной клиентом и фактической информации об операциях с грузом (10);

– ассортимент – отношение числа номенклатурных позиций услуги к среднему числу номенклатурных позиций аналогичной услуги на рынке, приходящемуся на одного производителя данной услуги (или доля услуг в каждом рыночном сегменте) (11).

Требования грузоотправителей необходимо соотнести с показателями оценки степени обеспечения требований потребителей путем построения матрицы корреляции между ними.

Значения корреляции определены на основе обсуждения группой из 24 экспертов в сфере железнодорожных перевозок.

Приняты следующие оценки корреляции:

- высокая корреляция - 8;
- средняя корреляция - 5;
- слабая корреляция - 2.

Пустая ячейка означает, что значение корреляции незначительное (или нулевое).

Результат экспертной оценки представлен в таблице 3.2.1.

Таблица 3.2.1 - Перевод требований потребителей в показатели оценки степени обеспечения требований потребителей (составлено автором)

Требования грузоотправителей	Значимость требования	Показатель оценки степени обеспечения требований потребителей										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Материальность	0,26					2					5	
Надежность	0,26	8	8	8				8		2		
Отзывчивость	0,18				8		2					
Убежденность	0,16								2		8	
Сочувствие	0,15				2		2				2	2
Значимость параметра		2,08	2,08	2,08	1,68	0,52	0,66	2,08	0,32	0,52	1,58	0,3

В таблице 3.2.1 представлено ранжирование показателей оценки степени обеспечения требований потребителей по важности. Очевидно, что наибольшее внимание при разработке мероприятий по повышению качества

грузовых железнодорожных перевозок следует уделить достижению следующих параметров:

- безопасность – число случаев нарушений, аварий, браков по вине локомотивного и вагонного хозяйства;
- соблюдение сроков – отклонение фактического срока прибытия от срока прибытия по договору;
- сохранность грузов – число случаев повреждения и хищения грузов по вине локомотивного и вагонного хозяйства;
- исполнение графика – среднее значение относительных отклонений фактического исполнения графика от планового.

Данные показатели также имеют наибольшие показатели тесноты связи со всеми анализируемыми показателями.

Для соотнесения конкретных характеристик качества, которые подлежат изменению, с основными стадиями процесса оказания услуги железнодорожных грузоперевозок в Белгородской области предлагаем наглядно представить процесс транспортного обслуживания (оформление грузов в прямом сообщении на станции отправления), используя метод диаграммного проектирования (рисунок 3.2.1).

Железнодорожную перевозку с точки зрения грузоотправления можно разделить на четыре основные бизнес процесса:

- планирование железнодорожных перевозок;
- отгрузка и оформление перевозочных документов (накладных);
- расчеты с участниками процесса перевозки грузов;
- получение груза в пункте назначения и актово-претензионная работа, связанная с выполнением перевозки груза.

Полоса видимости

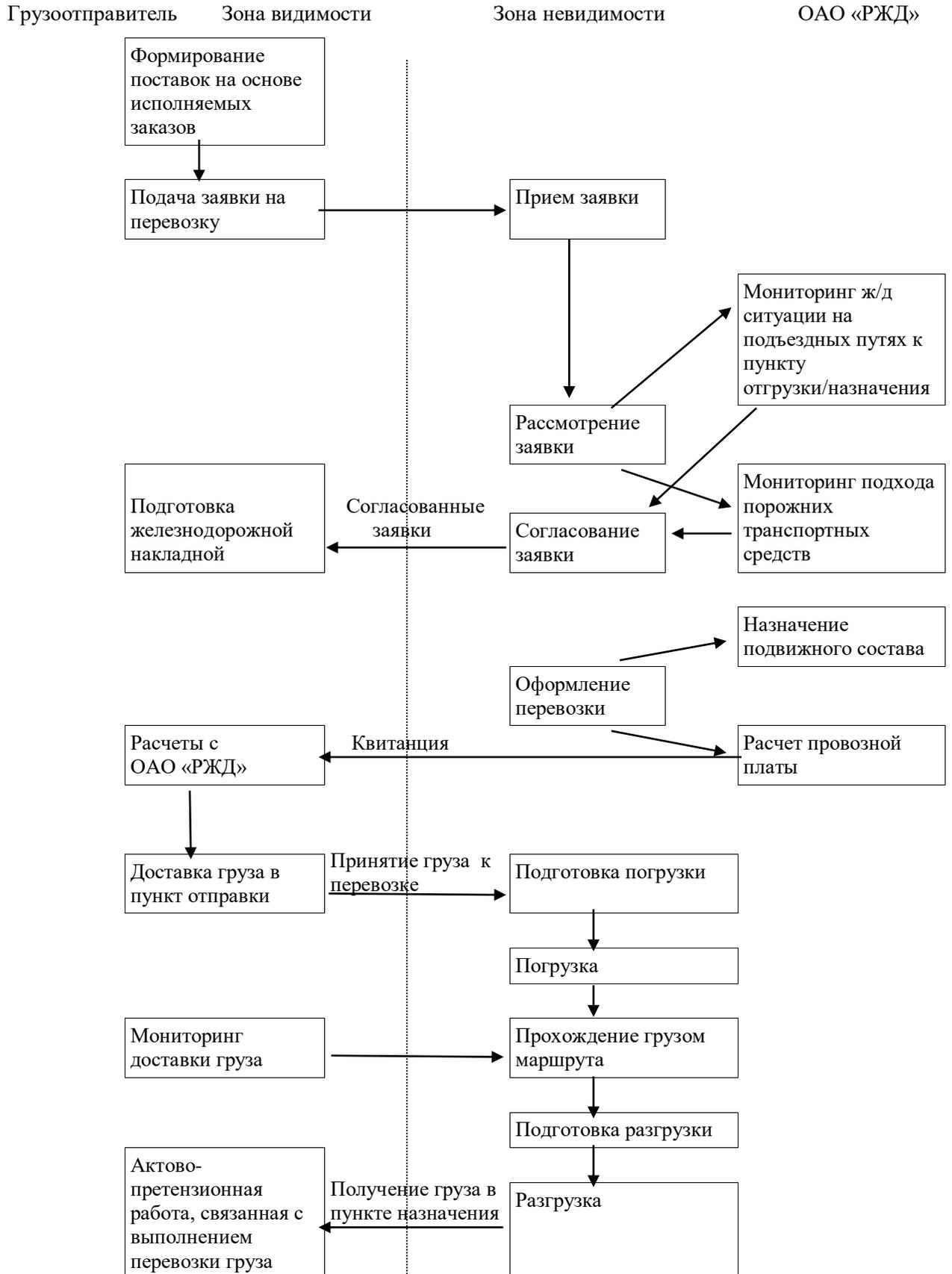


Рисунок 3.2.1 – Процесс оказания услуги железнодорожных грузоперевозок в Белгородской области (метод диаграммного проектирования) (составлено автором)

Из рассмотренного процесса оказания услуги железнодорожных грузоперевозок необходимо выделить конкретные отделения компании ОАО «РЖД» и сопоставить риски, которые они несут.

Центр управления перевозками, обеспечивающий управление поездной и грузовой работой, несет риск превышения норм простоя вагонов. Территориальный центр фирменного транспортного обслуживания, непосредственно работающий с клиентами и оказывающий базовые услуги перевозки несет риск в связи с невыполнением условий договора по сроку доставки грузов, что может повлечь потерю клиентов и, как следствие, прибыли. Нарушение сроков доставки может быть следствием сверхнормативного простаивания составов. Ненадлежащая работа информационных систем может быть вызвана неудовлетворительной работой Главного вычислительного центра и его филиалов.

Исходя из этого возможно выделить три основные группы логистических рисков, которые несут структурные основные подразделения компании ОАО «РЖД»:

- риск превышение нормы простоя вагонов по грузовыми операциями;
- риск нарушения сроков доставки грузов;
- риск, связанный с используемой корпоративной информационной системой.

Для создания долгосрочных деловых контактов ОАО «РЖД» в Белгородской области, исходя из результатов применения разработанной методики оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД» особо важное значение имеет соблюдение сроков и сохранение целостности груза.

Сохранение целостности груза обеспечивается страхованием груза. Однако на практике страхование железнодорожных грузов производится достаточно редко ввиду того, что основные грузы, перемещаемые по железной дороге - щебень, руда, уголь и т. д. - не нуждаются в особой защите.

Рассмотрим более подробно соблюдение сроков, как отклонение фактического срока прибытия от срока прибытия по договору, а именно временные потери, вызванные простоем вагонов в процессе доставки грузов на железнодорожном узле станция Белгород. Под простоем вагона понимается время пребывания вагона на станциях под грузовыми или техническими операциями (ожидание обработки, обработка, ожидание локомотива, ожидание отправления, ожидание расформирования, расформирование, накопление, формирование, перестановка и др.).

Данные по фактическому простоем вагонов на железнодорожном узле Белгород-Сумской за период с 2014 по 2016 годы представлены в Таблице 3.2.2 [6].

Таблица 3.2.2 – Простой вагона на железнодорожном узле Белгород-Сумской за период с 2014 по 2016 годы

Показатель	Год	Время простоя, ч		Процент выполнения плана, %
		План	Факт	
Простой транзитного вагона без переработки	2014	2,01	2,48	123,4
	2015	2,18	2,21	101,4
	2016	2,14	2,77	129,4
Простой транзитного вагона с переработкой	2014	9,81	10,86	110,7
	2015	9,74	10,26	105,3
	2016	9,16	9,76	106,6
Простой местного вагона	2014	75,58	76,11	100,7
	2015	79,16	132,5	167,4
	2016	82,38	167,9	203,8
Среднее значение процента выполнения плана				127,6

Представленные в таблице 3.2.2 данные отображают несоответствие фактического времени простоя плановому значению показателя в среднем на 27,6%. Простои транзитных вагонов связаны с несоответствующим качеством выполнения операционных работ на станции, а простои местных вагонов связаны с некачественными установленными нормативами и недостатками в работе служб.

Основные причины простоя вагона на железнодорожном узле представлены в таблице 3.2.3 и поделены на категории по методу ABC в зависимости от степени их влияния (расчеты произведены по среднему значению за период с 2014 по 2016 годы).

Таблица 3.2.3 - Основные причины простоя вагона на железнодорожном узле

Причина простоя	Среднее время простоя, ч	Доля простоев по этой причине	Категория
Ремонт локомотива	95,51	42,44	А
Отцепка вагона по техническому браку	21,13	10,13	
Запрет поездного диспетчера	18,87	8,14	
Проба автотормозов	17,63	7,84	
Пропуск пассажирских поездов	15,19	6,38	
Прочие	14,18	6,11	В
Регулировка поездного диспетчера	13,28	5,95	
Путевое «окно»	9,77	4,43	
Несвоевременное пополнение состава	6,33	3,1	
Устранение разности высот автосцепок	4,49	1,55	С
Прием локомотива свыше тех. нормы	3,62	1,47	
Отцепка вагона по коммерческому браку	3,44	1,44	
Обработка состава	2,59	0,6	
Падение давления	2,59	0,42	
Итого		100	

Исходя из таблицы 3.2.3, основными причинами простоя являются операции категории А: ремонт локомотива, отцепка вагона по техническому браку, запрет поездного диспетчера, проба автотормозов, пропуск пассажирских поездов. Именно мероприятия, направленные на сокращение

времени задержек по причинам, относящимся к этой группе, окажут наибольший эффект на оптимизацию операционной работы станции. Сокращение времени осуществления операций, относящихся к категории В, также позволит оптимизировать операционную работу станции, а изменение времени осуществления операций категории С окажет наименьшее влияние на совокупный показатель простоя.

Вероятность наступления причин из группы А составляет 0,8, из группы В – 0,15, из группы С – 0,05.

В рамках разработки мероприятий по повышению качества перевозок предлагаем в качестве среднего значения допустимого времени простоя сверх нормы определим 30 минут (согласно Уставу железнодорожного транспорта задержка не должна превышать 15 минут). В случае превышения данного среднего времени простоя предлагаем установить штрафные санкции ответственным за выполнение операций, которые превысили среднее допустимое время простоя, что будет являться стимулом для своевременного выполнения операций персоналом и помогать компенсировать затраты от простоя. Размер штрафа предлагаем определить в размере 0,2 суммы минимальной оплаты труда за каждый час задержки (статья 100 Устава железнодорожного транспорта). Таким образом, приняв размер минимальной оплаты труда на 2018 год 9489 руб., штраф составит 1897 руб./час (31,63 руб./мин).

Эффект от внедрения данного предложения следующий: при применении для простого транзитного вагона без переработки при плановом времени простоя 2,14 часа и фактическом 2,77 часа составит:

$$(2,77-2,14-0,5) \text{ часа} * 1897 \text{ руб./час} = 246,61 \text{ руб.},$$

за среднее время простоя транзитного вагона без переработки, либо сократит время простоя на 4,92%.

Таким образом, спрос на перевозки того или иного вида транспорта (или транспортной компании) формируется именно на основе их оценки грузовладельцем, а значит, полученные именно таким путем данные об

уровне качества имеют наиболее тесную взаимосвязь со спросом на перевозки.

Выводы по главе

Предложенная нами методика оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД» предполагает исследование услуг грузоперевозки по показателям качества, выявление приоритетных показателей качества обслуживания клиентов. Наибольшее внимание при разработке мероприятий по повышению качества грузовых железнодорожных перевозок следует уделить достижению таких параметров как: безопасность, соблюдение сроков, сохранность грузов, исполнение графика.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результатом данной диссертационной работы являются разработанные рекомендации по совершенствованию оценки качества предоставляемых ОАО «РЖД» транспортных услуг.

Само понятие «качество» наиболее полно выражается следующим определением: «Качество – это определенность, включающая совокупность свойств объекта, позволяющих ему удовлетворять различные уровни потребностей и находящихся в постоянном движении, изменении, преобразовании». Рассматривая ценность услуги, мы исходим из того, что она уникальна для каждого потребителя и является результатом опыта использования услуги, который не существует до тех пор, пока потребитель не испытает его. Важным компонентом суждения о качестве является восприятие потребителя. На сегодняшний день транспортные предприятия и организации пытаются достичь высокого качества перевозки путем предоставления заказчикам как можно большего количества сопутствующих транспортных услуг, но это существенно повышает стоимость транспортной услуги, что может значительно повысить цену перевозимого груза.

Методики оценки удовлетворенности потребителей предполагают существование комплексной структуры показателей качества, которая является всегда основой формирования системы оценки качества продукции и услуг. Применение соответствующих нормативных документов, устанавливающих требования к номенклатуре показателей качества актуально во всем мире. Количественные параметры оценки качества определяются параметрами, рассчитанными на основе данных статистического учета объемов услуг, тогда как оценка качественных параметров связана с исследованиями в области оценки удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей. Понятие удовлетворенности потребителей рассматривается как более широкое, включающее в себя понятие качества самой услуги. Анализ существующих

методик, используемых ОАО «РЖД», показал, что в основном используются методики, направленные на оценку удовлетворенности потребителей услуг или процессов, но слабо выражена система формирования критериев, положенных в основу анкет, включаемых в методики.

Железнодорожный транспорт в Белгородской области имеет стратегическое значение для развития экономики региона, обеспечивает доставку грузов важнейших отраслей промышленности области. Оценка удовлетворенности потребителей услуг лежит в основе деятельности каждой организации на рынке железнодорожных перевозок, поскольку это помогает выбрать направление совершенствования деятельности предприятия. Клиентоориентированность и удовлетворенность потребителей взаимно дополняют друг друга, так как фундаментом клиентоориентированного подхода является удовлетворенность внутренних и внешних клиентов. Предприятия, главной целью которых является удовлетворение клиентов, должны стабильно измерять показатель удовлетворенности потребителей. Для этого необходимо формировать систему, обеспечивающую качество предоставляемых услуг, которая формируется на основе не только опросов, но и создания факторной модели, обеспечивающей более системное и обоснованное формирование критериев, включаемых в методики оценки качества услуг.

Существующие модели оценки качества услуг железнодорожного транспорта основываются на социологических факторах, при этом зачастую пренебрегая формальными показателями. Предложенная в нашей работе модель оценки показателей качества услуг железнодорожного транспорта сочетает формальные критерии показателей качества услуг и их весомость, определенную на основе методики SERVQUAL. При этом характеристики удовлетворенности, описанные в «Методике проведения исследований по определению степени удовлетворенности потребителей» ОАО «РЖД» на первый взгляд, схожа с оценкой по методике SERVQUAL, причем могут быть применены и для наземного транспорта. Однако методика РЖД не

фиксирует разницу между ожидаемым и воспринятым качеством. Таким образом, при построении модели будут использованы методы социологических исследований для определения пользовательских предпочтений и эксплуатационные параметры функционирования системы.

Разработанная методика оценки и совершенствования качества предоставления услуг и обслуживания клиентов ОАО «РЖД» предполагает исследование услуг грузоперевозки по показателям качества, выявление приоритетных показателей качества обслуживания клиентов разработку рекомендаций по улучшению каждого из них, разработку комплекса мероприятий повышения уровня качества обслуживания клиентов ОАО «РЖД» на примере услуг железнодорожного транспорта в Белгородской области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Российская Федерация. Правительство. Об утверждении Стратегии развития железнодорожного транспорта в РФ до 2030 г. [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 июня 2008 №877-р/ информационно-правовое обеспечение «Гарант». – Электрон. тестовые дан. – Москва. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/93585/>

2. Российская Федерация. Правительство. Об утверждении государственной программы Белгородской области «Совершенствование и развитие транспортной системы и дорожной сети Белгородской области на 2014 - 2020 годы» [Электронный ресурс]: постановление Правительства Белгородской области от 28 октября 2013 N 440-пп. – Режим доступа: https://belregion.ru/documents/?arrFilterDocs_pf%5BTYPE%5D=&arrFilterDocs_ff%5BNAME%5D=&arrFilterDocs_ff%5BPREVIEW_TEXT%5D=440&arrFilterDocs_DATE_ACTIVE_FROM_1=&arrFilterDocs_DATE_ACTIVE_FROM_2=&set_filter=Y

3. Российская Федерация. Правительство. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года [Электронный ресурс]: постановление Правительства Белгородской области от 25 января 2010 N 27-пп. – Режим доступа: <http://www.regionz.ru/index.php?ds=545677>

4. ГОСТ Р 55056-2012 Транспорт железнодорожный. Основные понятия. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Введ. 2012-11-12. – М.: Стандартинформ, 2013. – 50 с. – Режим доступа: <http://www.internet-law.ru/gosts/gost/53611>

5. Стандарт СТО РЖД 1.05.503-2007 Методика оценки удовлетворенности потребителей услуг в области грузовых перевозок ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Введ. 2008-02-01. – М.: МОО ПО РИА. –

Режим доступа: <http://static.scbist.com/scb/СТО/СТО%20RZD%201.05.503-2007.pdf>

6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017. Статистический сборник. – Москва : Росстат, 2017. - 1402 с.

7. Асалиев, А.М. Маркетинговый подход к управлению качеством транспортного обслуживания [Текст] / А.М. Асалиев. – Новосибирск : ООО «Центр развития научного сотрудничества», 2016. – 172 с.

8. Балалаев, А.С. Транспортно-логистическое взаимодействие при мультимодальных перевозках [Текст] / А.С. Балалаев, Р.Г. Леонтьев. – Москва : УМЦ ЖДТ, 2012. – 268 с.

9. Белобжецкий, В.Н. Теоретические и методологические основы оценки качества сервиса на автомобильном транспорте [Электронный ресурс] / В.Н. Белобжецкий. – Москва, 2012. – 188 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/teoreticheskie-i-metodologicheskie-osnovy-otsenki-kachestva-servisa-na-avtomobilnom-transport>

10. Белозерцева, Н.П. Классификация субъектов рынка железнодорожных грузоперевозок Российской Федерации [Текст] / Н.П. Белозерцева, И.С. Самойленко, М.С. Ярайкина // Интернет-журнал Науковедение. – 2013. – № 3 (16). – С. 1-9.

11. Ватолкина, Н.Ш. Методы оценки качества услуг: сравнительная характеристика [Текст] / Н.Ш. Ватолкина // Russian Journal of Management. – 2016. – Т. 4. – № 3. – С. 374-382.

12. Ватолкина, Н.Ш. Систематизация подходов к определению категории «качество услуг» [Электронный ресурс] / Н.Ш. Ватолкина // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2012. – № 4 (64). – Режим доступа: <https://vivliophica.com/articles/apsciences/440738>

13. Вахотина, А.Е. Особенности себестоимости перевозок на железнодорожном транспорте и актуальные проблемы расчета

себестоимости грузовых перевозок [Текст] / А.Е. Вахотина. – Москва : Научно-издательский центр «Мир науки», 2017.

14. Гладилина, И.П. Сущность и содержание научной категории «качество» [Текст] / И.П. Гладилина, В.В. Колесник // Фундаментальные исследования. – 2015. – Т. 3. – № 9. – С. 541-544.

15. Глущенко, В.В. Проектирование процессов развития сферы услуг на железнодорожном транспорте [Электронный ресурс] / В.В. Глущенко // Молодежный научный вестник. – 2017. – № 1. – С. 13. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27698009>

16. Голикова, Ю.А. Организация и планирование перевозок грузов железнодорожным транспортом в современной России [Текст] / Ю.А. Голикова // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2017. – № 2 (22).

17. Данильчук, М.А. Формирование модели качества транспортных услуг на железнодорожном транспорте [Текст] / М.А. Данильчук // Труды Дальневосточного государственного университета путей сообщения. – 2015. – № 3. – С. 56-61.

18. Демьянович, И.В. Экспертные методы решения проблем качества транспортных услуг [Электронный ресурс] / И.В. Демьянович // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 1. – С. 342-346. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/ekspertnye-metody-resheniya-problem-kachestva-transportnyh-uslug>

19. Елифанов, В.В. Повышение качества перевозок в системе городского пассажирского автомобильного транспорта на основе оценки удовлетворенности потребителей [Текст] / В.В. Елифанов, А.С. Тюрин; под науч. ред. М. Ю. Обшивалкина. – Ульяновск : УлГТУ, 2017. – 195 с.

20. Жаков, В.В. Современные подходы к управлению конкурентоспособностью транспортной организации [Текст] / В.В. Жаков // Sciences of Europe. – 2017. – № 16-2. – С. 24-27.

21. Заляев, И.Р. Методы оценки качества услуг [Текст] / И.Р. Заляев // Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х частях. Часть II. – Уфа : ИСЭИ УНЦ РАН, 2014. – 204 с.

22. Зверева, А.С. Особенности оценки качества транспортных услуг [Электронный ресурс] / А.С. Зверева, М.В. Пименова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2013. – Т. 2. – № 9. – С. 177-178. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22602712>

23. Иванов, О.Б. Исследование динамики основных показателей работы железнодорожного транспорта России и направления его развития [Текст] / О.Б. Иванова // Этап: экономическая теория, анализ, практика. – 2015. – № 5. – С. 89-103.

24. Иноземцева, С.М. Анализ развития инфраструктуры железных дорог [Текст] / С.М. Иноземцева // Мир транспорта. – 2015. – № 5. – С. 68-77.

25. Кадиленко, А.Н. Оценка конкурентоспособности компании на рынке транспортно-экспедиционных услуг [Текст] / А.Н. Кадиленко // Актуальные проблемы науки, экономики и образования XXI века. – 2014. – № 6. – С. 55-65.

26. Клепцова, Л.Н. Рынок транспортных услуг и качество транспортного обслуживания [Текст] / Л.Н. Клепцова. – Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2014. – 230 с.

27. Климанова, Н.Г. Оценка сотрудников методом «тайный покупатель» как элемент системы управления персоналом [Электронный ресурс] / Н.Г. Климанова, Т.А. Трифонова // Балтийский гуманитарный журнал. – 2014. – № 1 (6). – С. 50-53. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/otsenka-sotrudnikov-metodom-taynyu-pokupatel-kak-element-sistemy-upravleniya-personalom>

28. Колбачев, Е.Б. Управление качеством транспортного обслуживания экономики и конкурентное сотрудничество [Текст] / Е.Б. Колбачев // Вестник

Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. – 2014. – № 6. – С. 57-62.

29. Колесников, А.М. Система управления современным грузовым автотранспортным предприятием [Электронный ресурс] / А.М. Колесников // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – № 6 (96). – С. 46-49. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sistema-upravleniya-sovremennym-gruzovym-avtotransportnym-predpriyatiem>

30. Кондратьева, А.К. Практические методы оценки качества услуг [Текст] / А.К. Кондратьева, М.В. Россинская // Международное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. – 2014. – № 2. – С. 87-92.

31. Кузнецова, Л.В. Оцениваем и повышаем лояльность потребителей. Методы оценки лояльности потребителей [Текст] / Л.В. Кузнецова, Л.С. Брусенцова // Российское предпринимательство. – 2012. – № 12. – С. 71-76.

32. Курносова, Е.А. Ожидаемое и воспринимаемое потребителями качество услуг: вопросы формирования и оценки [Текст] / Е.А. Курносова // Вестник Самарского государственного университета. – 2014. – № 8 (119). – С. 118-122.

33. Левыкин, В.М. Исследование удовлетворенности и лояльности клиентов в проектах мини-гостиниц [Текст] / В.М. Левыкин, В.В. Дэвон // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 5(21). – С. 9-23.

34. Лобанова, М.Ю. Этапы становления, тенденции и перспективы развития процесса транспортировки в условиях отечественной экономики [Текст] / М.Ю. Лобанова // Логистика. – 2014. – № 11. – С. 36-40.

35. Молчанова, Е.Д. Анализ существующих методик оценки клиентоориентированности грузовых перевозок на железнодорожном транспорте [Электронный ресурс] / Е.Д. Молчанова, С.В. Иванова // «Транссиб: на острие реформ»: материалы международной научно-

практической конференции/отв. ред. Е.В. Ярилов. – Чита : ЗаБИЖТ, 2016. – С. 44-46. – Режим доступа: https://www.irgups.ru/sites/default/files/zabizht/doc/tom_n_1.pdf

36. Нестеров, С.Ю. Методология управления современным грузовым автотранспортным предприятием [Текст] / С.Ю. Нестеров // Современные технологии управления. – 2012. – № 7 (19). – С. 1-7.

37. Нечипоренко, Л.В. Проблемы определения качества и управления обслуживанием на предприятиях сферы услуг [Текст] / Л.В. Нечипоренко // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2013. – № 5. – С. 106-108.

38. Никулинова, О.В. Комментарий к ФЗ от 10.01.2002 №17-ФЗ «О железнодорожном транспорте в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / О.В. Никулинова, И.Б. Внукова, Е.Ю. Буряк. – Специально для системы ГАРАНТ, 2014. – Режим доступа: <https://www.lawmix.ru/commlaw/1166>

39. Новаторов, Э.В. Современные методологические подходы к измерению качества в сфере услуг [Текст] / Э.В. Новаторов // Менеджмент качества. – 2010. – Т. 3. – С. 180-192.

40. Новаторов, Э.В. Модификация и эмпирическая проверка методики измерения качества услуг SERVQUAL применительно к банковским услугам [Текст] / Э.В. Новаторов, В.Д. Новицкая // Маркетинг и финансы. – 2012. – № 1. – С. 22-32.

41. Новокрещенова, О.А. Методика повышения качества процесса обслуживания клиентов кредитной организации [Текст] / О.А. Новокрещенова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2014. – № 10. – С. 116-124.

42. Полулех, С.С. Роль железнодорожного транспорта как районообразующего фактора в освоении и организации территории [Текст] / С.С. Полулех, С. И. Архипова, О. В. Хмелевская // Молодой ученый. – 2015. – № 9. – С. 689-691.

43. Плеханов, П.А. Проблема интеграции качества и безопасности железнодорожных перевозочных услуг [Электронный ресурс] / П.А. Плеханов // Проблемы безопасности и надежности микропроцессорных комплексов. – 2015. – № 1. – С. 95-109. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/problema-integratsii-kachestva-i-bezopasnosti-zheleznodorozhnyh-perevozochnyh-uslug>

44. Рязанцев, А.Б. Формирование стратегии предприятия на основе менеджмента качества [Текст] : автореферат дисс. на соис. уч. ст. кандидата экономических наук : 08.00.05 / А.Б. Рязанцев. – Санкт-Петербург, 2012. – 217 с.

45. Сазонова, Н.В. Анализ и современные тенденции развития железнодорожного транспорта Белгородской области [Текст] / Н.В. Сазонова // Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт. – 2018. – С. 261-265.

46. Сазонова, Е.В. Особенности повышения качества услуг в социально-культурной сфере [Текст] / Е.В. Сазонова, А.Г. Яруллина // Журнал правовых и экономических исследований. – 2013. – № 4. – С. 240-243.

47. Семчугова, Е.Ю. Определение весомости показателя надежности транспортных услуг в качестве перевозок [Электронный ресурс] / Е.Ю. Семчугова, В.В. Зырянов // Интернет-журнал Науковедение. – 2012. – № 4 (13). – С. 1-7. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/opredelenie-vesomosti-pokazatelya-nadezhnosti-transportnyh-uslug-v-kachestve-perevozok>

48. Ситникова, Я.В. Совершенствование оценки качества услуг: методический аспект [Текст] / Я.В. Ситникова, Т.А. Половова, В.А. Назаркина // Вестник НГУЭУ. – 2012. – № 2. – С. 175-182.

49. Смирнова, Е.К. Современные направления развития менеджмента качества [Текст] // «Экономика и предпринимательство». – 2016. – № 12-3 (77). – С. 945-948.

50. Соболев, Д.Ю. Проблемы предпринимательства в социальной сфере на примере пригородных железнодорожных перевозок [Электронный ресурс] / Д.Ю. Соболев // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18. – № 3. – С. 255-264. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/problemy-predprinimatelstva-v-sotsialnoy-sfere-na-primere-prigorodnyh-zheleznodorozhnyh-perevozok>

51. Соколов, Ю.И. Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия [Текст] / Ю.И. Соколов. – Москва : Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2015. – 319 с.

52. Соколов, Ю.И. Методы экономической оценки качества транспортного обслуживания грузовладельцев в условиях множественности участников перевозочного процесса: монография [Текст] / Ю.И. Соколов, И.М. Лавров. – Москва : Золотое сечение, 2015. – 168 с.

53. Соколов, Ю.И. О взаимосвязи объема грузовых перевозок и уровня качества транспортного обслуживания грузовладельцев [Текст] / Ю.И. Соколов, И.М. Лавров, Н.А. Чередников // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2016. – № 6. – С. 48-56.

54. Сураева, М.О. Методика оценки качества транспортного обслуживания пользователей железнодорожного транспорта [Текст] / М.О. Сураева // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 39. – С. 76-80.

55. Таланцева, Ю.А. Совершенствование маркетинговой деятельности ОАО «РЖД» [Электронный ресурс] : дипломный проект / Ю.А. Таланцева. – Томск, 2016. – 75 с. – Режим доступа: <http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/29189/1/TPU212764.pdf>

56. Фадеева, Н.В. Методология оценки качества услуг [Текст] / Н.В. Фадеева // Вестник ТГТУ. – 2012. – № 2. – С. 484-492.

57. Филатова, Т.А. Современное состояние проблемы управления качеством в сфере услуг [Текст] / Т.А. Филатова // Экономические науки. – 2013. – № 101. – С. 47-51.

58. Фомин, М.Н. Выбор рациональной стратегии управления качеством транспортных услуг [Текст] / М.Н. Фомин // Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. – 2014. – № 2. – С. 264-268.

59. Худайбердина, Д.М. Проектирование с применением FMEA-методологии [Текст] / Д.М. Худайбердина, Д.В. Россиева // Интеграция современных научных исследований в развитие общества. – 2016. – С. 449-451.

60. Цветков, В.Я. Эволюция управления качеством [Электронный ресурс] / В.Я. Цветков // Образовательные ресурсы и технологии. – 2017. – № 1 (18). – С. 64-71. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/evolyutsiya-upravleniya-kachestvom>

61. Anderson, R. Measuring and Valuing Convenience and Service Quality / R. Anderson. – OFDE, Paris. – 2013.

62. Kadlubek, M. Customers' expectations and experiences within chosen aspects of logistic customer service quality / M. Kadlubek, J. Grabara // International Journal for Quality Research. – 2015. – Т. 9. – № 2.

63. Kennedy, J. Current Trends in Service Quality: A Transportation Sector Review / J. Kennedy // Journal of Applied Business and Economics. – 2017. – Т. 19. – № 12. – С. 57-67.

64. Maritan, D. Quality function deployment (QFD): definitions, history and models / D. Maritan // Practical Manual of Quality Function Deployment. – Springer, Cham, 2015. – С. 1-32.

65. Moradi, M. A Quality Function Deployment Based Approach in Service Quality Analysis to Improve Customer Satisfaction / M. Moradi, S. Raissi // International Journal of Applied. – 2015. – Т. 5. – № 1. – С. 41-49.

66. Nedeliaková, E. Methodics of identification level of service quality in railway transport / E. Nedeliaková // Procedia-social and behavioral sciences. – 2014. – Т. 110. – С. 320-329.

67. Palšaitis, R. Assessment of Rail Freight Transport Service Quality / R. Palšaitis, A. Ponomariovas // Transport and Telecommunication. – 2012. – T. 13. – № 3. – C. 188-192.

68. Sekulová, J. Utilization of GAP model in providing of services in the railway freight transport / J. Sekulová, I. Nedeliak // Perner Contacts. – 2013. – T. 8. – № 4. – C. 67-75.

69. Šimková, I. Measuring the quality impacts on the performance in transport company / I. Šimková // Transport problems. – 2015. – T. 10.

70. Zitrický, V. The methodology of rating quality standards in the regional passenger transport / V. Zitrický, J. Gašparík, L. Pečený // Transport problems. – 2015. – T. 10.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Анкета «SERVQUAL» для грузоотправителей

Часть 1 (Ожидания)

Инструкции: Просим выразить Ваше мнение относительно тех критериев, которым должны соответствовать услуги по железнодорожной перевозке грузов. Для оценки используйте шкалу, представленную ниже. Если Вы полностью согласны с утверждением, то обведите цифру 5 напротив утверждения. Если Вы полностью не согласны с этим утверждением, то обведите цифру 1. Значения 2,3 и 4 отражают степень Вашего приближения к той или иной точке зрения.

1	У компании-грузоперевозчика должна быть современная оргтехника и оборудование	1	2	3	4	5
2	Интерьер в помещениях компании-грузоперевозчика должен быть в отличном состоянии	1	2	3	4	5
3	сотрудники компании-грузоперевозчика должны быть приятной наружности и опрятны	1	2	3	4	5
4	Внешний вид информационных материалов (буклетов, проспектов) компании-грузоперевозчика должен быть привлекателен	1	2	3	4	5
5	В компании-грузоперевозчика должны выполняться обещания оказать услугу к назначенному времени	1	2	3	4	5
6	Если у клиентов возникают проблемы, то компания-грузоперевозчика должна искренне пытаться их решить	1	2	3	4	5
7	У компании-грузоперевозчика должна быть надежная репутация	1	2	3	4	5
8	Гарантированность предоставления услуги компании-грузоперевозчика (бесперебойное выполнение услуги от начала и до конца)	1	2	3	4	5
9	Компании-грузоперевозчики должны обеспечить предсказуемость услуги в процессе ее реализации	1	2	3	4	5
10	Сотрудники компании-грузоперевозчика должны быть дисциплинированными	1	2	3	4	5
11	Сотрудники компании-грузоперевозчика должны оказывать услуги быстро и оперативно	1	2	3	4	5
12	Сотрудники компании-грузоперевозчика должны всегда помогать клиентам с решением их проблем	1	2	3	4	5
13	Сотрудники компании-грузоперевозчика должны оперативно реагировать на просьбы клиентов	1	2	3	4	5
14	Между клиентами и сотрудниками компании-грузоперевозчика должна существовать атмосфера доверия и взаимопонимания	1	2	3	4	5

15	В отношениях с компаниями-грузоперевозчиками клиенты должны чувствовать себя безопасно	1	2	3	4	5
16	Сотрудники компании-грузоперевозчика должны быть вежливы с клиентами	1	2	3	4	5
17	Руководство компании-грузоперевозчика должно оказывать поддержку сотрудникам для эффективного обслуживания клиентов	1	2	3	4	5
18	К клиентам компании-грузоперевозчика должен проявляться индивидуальный подход	1	2	3	4	5
19	Сотрудники компании-грузоперевозчика должны проявлять личное участие в решении проблем клиентов	1	2	3	4	5
20	Сотрудники компании-грузоперевозчика должны знать потребности своих клиентов	1	2	3	4	5
21	Сотрудники компании-грузоперевозчика должны ориентироваться на проблемы клиентов	1	2	3	4	5
22	Часы работы компании-грузоперевозчика должны быть удобными для всех клиентов	1	2	3	4	5

**Анкета «SERVQUAL» для грузоотправителей
ЧАСТЬ 2 (ВОСПРИЯТИЕ)**

Инструкции: Просим выразить Ваше мнение относительно соответствия услуги по железнодорожной перевозке грузов перечисленным критериям. Для оценки используйте шкалу, представленную ниже. Если Вы полностью согласны с утверждением, то обведите цифру 5 напротив утверждения. Если Вы полностью не согласны с этим утверждением, то обведите цифру 1. Значения 2,3 и 4 отражают степень Вашего приближения к той или иной точке зрения.

1	У компании-грузоперевозчика имеется современная оргтехника и оборудование	1	2	3	4	5
2	Интерьеры помещений компании-грузоперевозчика в отличном состоянии	1	2	3	4	5
3	сотрудники компании-грузоперевозчика приятной наружности и опрятны	1	2	3	4	5
4	Внешний вид информационных материалов (буклетов, проспектов) компании-грузоперевозчика привлекателен	1	2	3	4	5
5	Компания-грузоперевозчик выполняет свои обещания оказать услугу к назначенному времени	1	2	3	4	5
6	Если у клиентов возникают проблемы, то компания-грузоперевозчика искренне пытается их решить	1	2	3	4	5
7	У компании-грузоперевозчика надежная репутация	1	2	3	4	5
8	Компания-грузоперевозчик предоставляет услуги гарантировано (бесперебойно выполняет услуги от начала и до конца)	1	2	3	4	5
9	Компания-грузоперевозчик обеспечивает предсказуемость услуги в процессе ее реализации;	1	2	3	4	5
10	Сотрудники компании-грузоперевозчика дисциплинированы	1	2	3	4	5
11	Сотрудники компании-грузоперевозчика оказывают услуги быстро и оперативно	1	2	3	4	5
12	Сотрудники компании-грузоперевозчика всегда помогают клиентам с решением их проблем	1	2	3	4	5
13	Сотрудники компании-грузоперевозчика оперативно реагируют на просьбы клиентов	1	2	3	4	5
14	Между клиентами и сотрудниками компании-грузоперевозчика существует атмосфера доверия и взаимопонимания	1	2	3	4	5
15	В отношениях с компанией-грузоперевозчиком клиенты чувствуют себя безопасно	1	2	3	4	5

16	Сотрудники компании-грузоперевозчика вежливы с клиентами	1	2	3	4	5
17	Руководство компании-грузоперевозчика оказывает поддержку сотрудникам для эффективного обслуживания клиентов	1	2	3	4	5
18	К клиентам компании-грузоперевозчика проявляется индивидуальный подход	1	2	3	4	5
19	Сотрудники компании-грузоперевозчика проявляют личное участие в решении проблем клиентов	1	2	3	4	5
20	Сотрудники компании-грузоперевозчика знают потребности своих клиентов	1	2	3	4	5
21	Сотрудники компании-грузоперевозчика ориентируются на проблемы клиентов	1	2	3	4	5
22	Часы работы компании-грузоперевозчика удобны для всех клиентов	1	2	3	4	5