

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ АДАПТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

© 2018 **Сосунова Лильяна Алексеевна**

доктор экономических наук, профессор

Самарский государственный экономический университет

443090 г. Самара, ул. Советской Армии, 141

© 2018 **Хаирова Саида Миндуалиевна**

доктор экономических наук, профессор

Сибирский государственный автомобильно — дорожный университет

644050 г. Омск, проспект Мира, 5

© 2018 **Сивакс Анна Николаевна**

кандидат экономических наук

Самарский государственный экономический университет

4430090 г. Самара, ул. Советской Армии, 141

Email: kafedra-kl@yandex.ru, saida_hairova@mail.ru, anna.sivaks@yandex.ru

В статье рассматриваются вопросы качества транспортных услуг в аспекте современных управленческих решений, определено собственное видение услуги как важного понятия современного менеджмента, маркетинга и логистики. Транспортная услуга раскрывается как экономический процесс, приобретающий форму товара в рыночной экономике. Жизненный цикл представляется в виде совокупности частных процессов, а качество услуги исследуется с позиции её исполнителя и потребителя.

Ключевые слова: транспортные услуги, жизненный цикл услуги, качество транспортной услуги.

В мировой экономике сфера услуг является одним из важных, интересных объектов инвестиций. Это нашло отражение достаточно во многих научных исследованиях и научно-практических решениях, в центре внимания которых стала разработка принципов, способов и методов качественного улучшения компаний. Этим проблемам посвящены научные работы как российских (Е.А. Горбашко, В.Н. Войтоловского, К.М. Рахлина, Е.М. Карлика), так и зарубежных (Э. Деминга, К. Исикавы, Ф. Кросби, У. Шухарта) авторов.

Характеристика качества услуг включает ряд моментов:

во-первых, несовпадение производства и потребления услуг;

во-вторых, несохраняемость, неоднородность и неосязаемость услуг;

в третьих, потребность участия потребителя в получение услуги;

в-четвертых, отсутствие точного прогнозирования результата услуги.

Все это усложняет управленческие решения в сфере предоставления услуги по сравнению с известными принципами управления качеством продукции. Хотя и услуга, и продукция

в рыночной экономике являются товаром, стоимостная (ценовая) оценка их в общем виде регулируется спросом и предложением. Причем в рамках мирового и национального рынка резко возрастают услуги, связанные с транспортировкой населения и товарной массы, с характерными проблемами сопутствующих этим процессам услуг. Высокий уровень концентрации и специализации производства, объектов социальной сферы превращает услуги, связанные с транспортом, в «сквозные», пронизывающие всю экономику.

При оказании услуг, связанных с транспортом, необходимо у покупателя услуги добиться лояльности, уже на стадии заключения контакта, т.е. до оказания самой услуги. Это играет большую роль при реализации самой услуги, обеспечивая её высокое качество. Предоставление транспортной услуги должно отвечать интересам заказчика. Реализация этого принципа зависит от многих факторов и прежде всего — состояние транспортного комплекса, включая организацию службы безопасности, ремонтно-техническую базу обслуживания транспорта, снабжение комплектующими, горюче-смазочными материалами и т.д. Качество транспортной услуги

в значительной степени определяется оптимизацией маршрутов и графиков перевозок, что является в целом частью механизма распределения материальных потоков.

Поиск путей снижения сокращения транспортно-логистических затрат становится главным фактором повышения качества транспортной услуги, т.к. прежде всего это обеспечивает доступность транспортной услуги для населения, улучшение перевозок грузов для отраслей народного хозяйства и экспортно-импортных операций (своевременность, качество, тарифы и т.д.). Причем логистические решения в управлении перевозками могут строиться за счет внутренних и внешних резервов и предполагают осуществление инноваций в систему управления пассажирскими перевозками и грузоперевозок, применение новейших технологий в логистике (включая и робототехнику). Все это определяет актуальность исследования адаптивных управленческих решений в сфере транспортных услуг.

Стратегия развитие логистических услуг в нашей стране учитывает существующие «узкие» места национальной транспортной системы и сложившейся на практике логистические решения, а также мировой опыт и концептуальные подходы, применительно к этой сфере за рубежом. Безусловно, важнейшим императивом здесь является социально-экономическая политика государства.

Ограничения, связанные с развитием транспортной системы страны, не обеспечивают потребности в транспортных услугах высокого качества населения и производство, замедляет оборот капитала во многих отраслях экономики, снижает конкурентную способность страны на мировых рынках [2].

Конкуренция в рамках отраслей транспорта является весьма жесткой. (железнодорожного, авиационного, автомобильного, трубопроводного и т.д.). В автомобильном транспорте, например, конкурентоспособность предприятий напрямую зависит от уровня логистического обеспечения. Она построена на учете оптимизации потоков с позиции сервисных, так и материальных, финансовых, информационных услуг [3]. Интересы населения сосредоточены на получении качественной транспортной услуги и они в основном не пересекаются с интересами предприятий, предоставляющих транспортными услугами с точки зрения конкурентной способности последних, их положения на рынке.

В современных условиях повышение качества жизни населения на прямую определяется качеством, получаемых населением транспортных услуг. Это мы видим в Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 г. Этот документ определяет необходимость обеспечения российского общества транспортными услугами высокого качества. Социальные стандарты в этом аспекте имеют достаточно ясные требования, отвечающие интересам потребителей [4].

Транспортная Стратегия рассматривает качество транспортных услуг с позиций:

- элементов технологий;
- нормативной базы;
- методов государственного регулирования; параметры;
- стандартов качества, формы и методы их обеспечения.

Применительно к автомобильному транспорту общего пользования важнейшие показатели реализации Транспортной стратегии даны в табл., которая построена для временного отрезка 2010–2030 гг. предполагает рост транспортной подвижности на 44%, что возможно по расчетам по сокращению среднего времени транспортной доступности в 5 раз [5].

Основные социальные характеристики транспортных услуг существенно определяются численностью и составом населения, маршрутами перевозок, инфраструктурой города и местоположением вокруг него прилегающих поселков и сел.

Разработка путей повышения качество транспортных услуг предполагает четкое понимание самой категории «услуга». В основном многие авторы рассматривают услугу как процесс, хотя при этом есть различия в понимании деталей этого явления. Так, А.П. Челенков считает, что «услуга — это согласованный процесс взаимодействия двух или более субъектов рынка, когда одни субъекты воздействуют на другие в целях создания, расширения или воспроизводства возможностей последних в получении фундаментальной пользы» [6]. В данном случае услуга рассматривается как категория рынка. Эта мысль в более развитой форме имеет место в определении В.М. Семенов и О.Е. Васильева. Они утверждают, что услуга выступает как «специфический товар, представляющий собой последовательность процессов взаимодействия системы производителя и системы потребите-

Таблица. Показатели реализации Транспортной стратегии РФ на период до 2030 г. [5]

| Показатель | 2015 г. | 2020 г. | 2030 г. | 2030 г./ 2010 г.,% |
|---|---------|---------|---------|-----------------------|
| Обеспечение доступности и качества транспортных услуг автомобильного транспорта общего пользования для населения в соответствии с социальными стандартами | | | | |
| Транспортная подвижность населения в год, пасс.км /чел. | 1010 | 1131 | 1416 | +44 |
| Сокращение среднего времени транспортной доступности в крупных городах,% | 1 | 3 | 6 | +5 р. |
| Средний возраст пассажирских транспортных средств (автобусов), лет | 9 | 8,5 | 7 | -24 |
| Повышение уровня безопасности автомобильного транспорта | | | | |
| Уровень безопасности на транспорте: Социальный риск гибели в ДТП, кол-во погибших в ДТП/100 тыс. жит. | 13,8 | 9,9 | 7,0 | -62 |
| Снижение негативного воздействия транспортной системы на окружающую среду | | | | |
| Объем выбросов CO ₂ на 1 приведенный т-км,% | 92 | 86 | 75 | -18 |

ля в удовлетворении фундаментальной пользы, существующей и имеющей потребительскую стоимость только при неразрывной связи этих систем» [7].

Е.А. Попов показывает услугу в виде конкретной деятельности. По его мнению «услуга имеет процессный характер и осуществляется как полезная трудовая деятельность, определяемая потребностью; создает новые потребительские стоимости на основе спроса и предложения между производителем и потребителем услуг» [8]. В связи с этим определениями мы полагаем нужно уточнить, что услуга как явление может носить (как собственно и продукт) товарный и нетоварный вид. Если рассматриваем рыночные отношения, то здесь, безусловно, услуга является товаром, а значит и труд, потраченные на её создание с одной полезный и услуга имеет потребительскую стоимость, а с другой стороны, абстрактный, создающий стоимость услуги. При всей важности такого теоретического подхода необходимо понять услуга как субстанцию хозяйства вообще. Товарная и нетоварная форма услуги должна имеет изначально общую субстанцию. С этих позиций более точно дает определение К. Лавлок считает, что «услуга — это действие или процесс, предлагаемый одной стороной другой» [9]. В этом определении предложение услуги одной стороны другой может носить эквивалентный (товарный) или безвозмездный (нетоварный) характер.

Мы в своем определении не исключая возможность товарного и нетоварного характера услуги, все же обращаем внимание на то, что услуга как вид деятельности находится в нераз-

рывной связи с процессом оказания или выполнения этой услуги [10].

При различиях в понятии «услуга» все авторы рассматривают ее как процесс в виде потока контролируемых, регулируемых работ, проводимых структурными элементами организации, направленного на результат при использовании ресурсов для удовлетворения клиентов.

Рассматривая транспортную услугу как процесс, мы можем управленческие решения адаптировать к реальной жизни. В этом случае исследуется не только управление в его отдельных моментах реализации транспортной услуги, но и раскрывается механизм в управлении сервисной организации, которая предоставляет соответствующую транспортную услугу. В свою очередь этот механизм представляет собой систему взаимозависимостей для эффективного управления, которое учитывает запросы потребителей услуг с учетом экономического положения организации и рыночной конъюнктуры.

В реальной жизни необходимо строить системы как совокупность входящих, промежуточных (внутренних), исходящих потоков, которые могут быть товарно-материальными, сервисными, финансовыми, информационными и т.д.. Поточковые процессы организаций сервиса есть производная от общих материальных потоков продуктов и услуг. [10]

Управленческие решения в сервисе транспортных услуг варьируются

от обыкновенного (простого) обеспечения сохранности организаций сервиса до эффективного функционирования на базе новейших информационных технологий и практик. Это

требует разработки стратегии организационно-экономической надежности и устойчивости системы комплексного управления при повышении качества транспортных услуг.

Принцип менеджмента качества предполагает процессный подход к управлению организацией. Применительно транспортному сервису самой центральной задачей всегда является процесс реализации интереса клиента. При этом здесь в ходе использования процессного подхода можно показать альтернативные решения и обеспечить высокую конкурентную позицию этого бизнеса на рынке транспортных услуг.

Можно говорить о системе жизненного цикла услуги (рисунок 1), который состоит из ряда маркетинговых подсистем, проектирования и собственно предоставления услуги, для каждой из которых могут быть выделены системы еще меньшего масштаба. Они характеризуются как системы меньшего размера, функционально определенные, с присущей им оценкой качества.

Жизненный цикл услуги (рисунок 1) предусматривает две системы оценки ее качества. Во-первых, это внутренняя (производственная)

оценка исполнителя, его понимание качества внутренних процессов, присущих осуществлению услуги и его собственная оценка качества услуги. Во-вторых, есть внешняя оценка качества услуги её потребителем, которая измеряется степенью удовлетворенности услугой.

При решении поставленных задач можно использовать 8 принципов менеджмента качества. Клиент, безусловно, находится в центре внимания транспортно-экспедиционной компании, получение им транспортной услуги должно быть в срок и качественно. При предоставлении комплекса транспортных услуг и при повышении их качества важно учитывать степень удовлетворения интересов потребителей. В рамках рыночных отношений маркетинг и логистика становятся эффективной платформой и для многостороннего партнерства. [11]

На принципах базовой и инновационной логистик совершенствуют не только технологические и управленческие отношения с поставщиками, но и с клиентами. П. Друкер. [12] и ряд других авторов утверждают необходимость наличия особых компетенций у руководителей

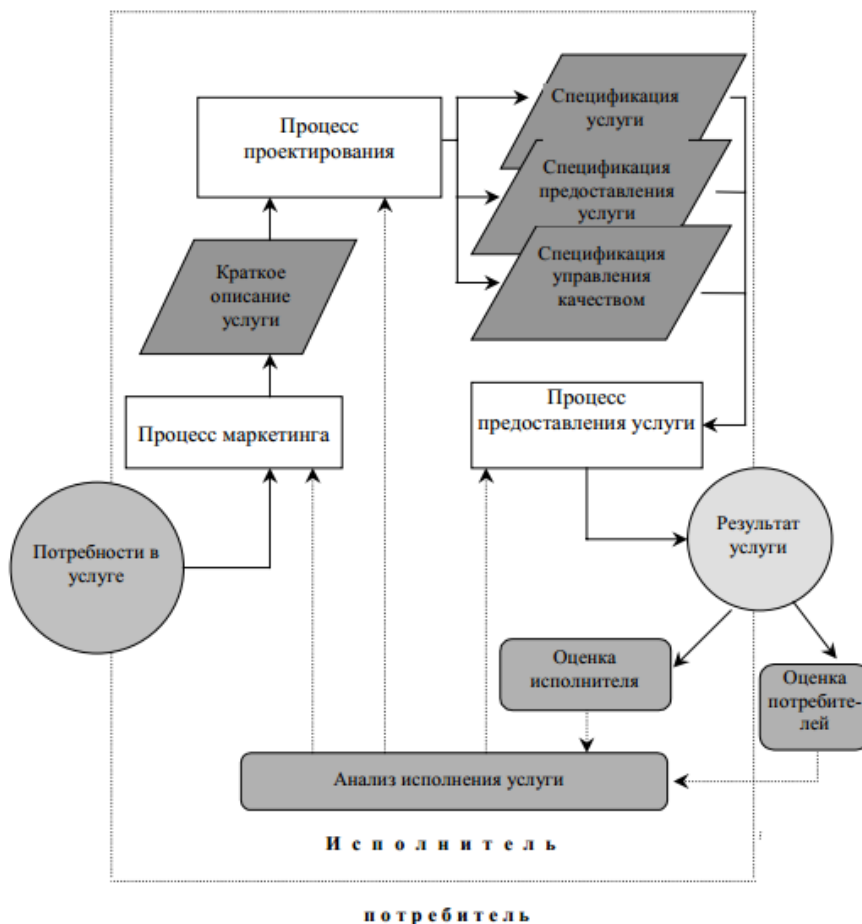


Рис. 1. Схема жизненного цикла услуги (петли качества услуги)

для управления инновационными компаниями, подчеркивая важность способностей их к логистике. В 1990-х годах утверждается Концепция непрерывного улучшения «Кайдзен» [13], содержание её включает управленческий принцип постоянного совершенствования за счет небольших систематических улучшений.

Реорганизация транспортного сервиса как процессингового бизнес-проекта, включает в себя логистические приемы, учет изменений положения субъекта в окружающей среде, перспектив потребительских предпочтений, покупательную способность клиента и т.д.

Бизнес транспортных услуг должен при управленческих решениях стратегически быть ориентирован к внедрению инноваций. Если бизнес транспортных услуг приспособляется к рынку, используя современные механизмы в управлении материальными потоками, то он реально претендует на соответствующую часть прибыли, связанную с реализацией добавленной стоимости в процессе транспортного движения товарной массы [14].

Процесс концентрации хозяйственной деятельности в сфере бизнеса транспортных услуг ведет к появлению универсальных логистических компаний, которые предоставляют не только логистический сервис, но комплекс других услуг: по складскому хозяйству, страхованию грузов, обеспечению их безопасности, закупкам и перевозкам, комплектованию, информационным сервису.

Управление инновационной деятельностью в сфере высоко качественных транспортных услуг можно обеспечить лишь на современных началах логистических решений и с учетом использования синергетического эффекта. Синер-

гетический фактор, инновационная логистика дают возможность понять нелинейный характер развития хозяйственных систем, предрасположенность их в современных условиях циклической рыночной экономики с скачкообразному росту или даже падению. Это предполагает необходимость поиска в условиях достаточно высокой степени неопределенности альтернатив экономического и институционального развития [12].

Определение качества услуг в логистике базируется на учете разницы между ожидаемыми и фактическими удовлетворением запроса клиента. Нормативные документы определяют «качество предоставляемых услуг» как общность всех признаков и свойств одного продукта или услуги, которая относится к способности продукта или услуги выполнять оговоренные или подразумеваемые требования». Согласно терминологическому стандарту ИСО 8402, услуга есть одним из видов продукции, но обладает, тем не менее, рядом особенностей.

Для оптимизации процесса логистических управленческих решений важно иметь достоверную информацию о качестве транспортных услуг, систематизированную в зависимости от их значимости, предназначенную для пассажиров, и сводить к минимуму отрицательные расхождения между ожидаемыми потребителями и фактическими значениями показателей качества автотранспортных услуг. Для этого необходим постоянный мониторинг за факторами внешней среды, конкурентами и собственными ресурсами, контроль качества логистического сервиса, удовлетворенности пассажиров выполненными заказами.

Библиографический список

1. Прокофьева Т.А. Повышение качества обслуживания клиентуры в транспортно-логистических компаниях на основе внедрения концепции «шесть сигм» (six sigma) как стратегии делового менеджмента // Логистика сегодня. 2010. № 6.
2. Захарова А.А., Попова О.А., Степанова К.М. Проблемы разработки методологии интеграции и координации стратегического управления системой пассажирских перевозок: постановка задачи // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12597>.
3. Хаирова С.М. Всеобщее управление качеством и современные логистические технологии при формировании региональной транспортной системы // Сибирский торгово-экономический журнал. 2013. № 1(17).
4. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 г. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 22 ноября 2008 г. № 1734-р (в редакции распоряжения Правительства Российской Федерации от 11 июня 2014 г. № 1032-р).— URL: <http://www.mintrans.ru/>

5. *Климова Т.М., Семенова Е.С.* Реализация требований транспортной стратегии РФ как основной инструмент повышения качества транспортного обслуживания населения городов// Архитектура, строительство, транспорт [Электронный ресурс]: сб. по материалам Международной научно-практической конференции (к 85-летию ФГБОУ ВПО «СибАДИ»)/ Омск: СибАДИ, 2015. Режим доступа: <http://bek.sibadi.org/fulltext/ESD75.pdf>.5.
6. *Челенков А.П.* Маркетинг услуг: продукт // Маркетинг. 1998 № 1. С. 116–120.
7. *Васильева О.Е., Семенов В.М.* Сервис промышленных товаров. Москва. 2001. С. 11.
8. *Попов А. А., Попов Е. А., Колмыкова М.В., Спиридонов С.П.* Система менеджмента качества: теория и методология: монография. Тамбов. 2010. 63 с.
9. *Лавлок К.* Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии // Пер. на рус.яз.: Изд. Вильямс. 2005. С. 34.
10. *Сосунова Л.А.* Сила услуг. Влияние услуг на экономику / Л. Сосунова, Д. Чернова // Российское предпринимательство. 2003.№ 3. С. 33–37. 2005.
11. *Хаирова С.М.* Развитие маркетингового и логистического подходов в управлении материальными потоками// Российское предпринимательство. — 2005. № 5 (65). С. 67–72
12. *Друкер Питер Ф.* Задачи менеджмента в XXI веке. Москва. 2009. 400 с.
13. *Имаи М.* Кайдзен. Москва. 2004. 274 с.
14. *Хаирова. С.М.* Выбор концепций логистики транспортными системами России при формировании опорных сетей и интеграции услуг. Вестник Саратовского государственного технического университета. 2014. Т. 1. № 1 (74). С. 217–222.
15. *Аакер Д.* Стратегическое рыночное управление (7-е изд.), Санкт-Петербург. 2007. 496 с.
16. *Хаирова С.М.* Концепция логистики в глобальной экономике // Изв. Самар. науч. центра Рос. акад. наук. Президиум СНЦ РАН. Спец. вып. «Актуальные проблемы экономики и права». Самара. 2005. Май. С. 15–20.

Поступила в редакцию 15.06.2018 г