



Анализ качества обслуживания грузоотправителей-частных лиц



Юсупова Ольга Анатольевна – Российский университет транспорта, Москва, Россия.*

Ольга ЮСУПОВА

По оценкам экспертов, объём рынка перевозок сборных грузов в России в 2019 г. составлял от 180 до 200 млрд руб. Этот сегмент грузоперевозок развивается в непрерывном режиме: появляется всё больше новых схем доставки, балансирующих в коридоре параметров «цена–сроки–сервис».

Принцип ориентации на потребителя влияет на формирование стандартов взаимодействия грузоперевозчиков с клиентами на различных стадиях оказания услуги. Для этого необходимо выявление и оценка потребностей клиента и степени его удовлетворённости.

В статье проанализирована модель клиентоориентированного поведения транспортно-логистической компании в условиях рынка. В качестве объекта исследования выбран сервис ОАО «РЖД» – «РЖД-Экспресс», предметом исследования выступают перевозки сборных грузов по договорам с частными лицами – отправителями груза. Аргументирован выбор в качестве предмета исследования транспортных услуг по грузоперевозке сборных грузов частных лиц. Такой выбор позволяет преодолеть проблему закрытости информации, организовать проведение опроса посредством Интернета, обеспечить получение обратной связи для формирования объективной

оценки клиентоориентированности компании. В качестве цели написания данной статьи выступает разработка авторской методики анализа качества оказания услуг перевозки груза физическим лицам с позиций клиентоориентированности. В процессе достижения указанной цели автором использовались методы анкетирования и анализа полученных данных; были поставлены и решены такие задачи, как обоснование необходимости разработки специальной методики анализа качества оказания исследуемых услуг; разработка авторской системы критериев качества; оценка на их основании потребителями при помощи анкетирования качества этих услуг; выявление «узких мест» и формулирование рекомендаций по повышению качества транспортного обслуживания клиентов.

Разработанная автором система критериев оценки качества перевозок сформирована с уклоном на клиентоориентированные параметры, она может быть использована для оценки качества транспортно-логистических услуг перевозчиками на любом виде транспорта, базовые критерии могут расширяться, внутри каждого из них выделяться подкритерии, что позволит провести анализ более детально внутри предложенных магистральных направлений.

Ключевые слова: транспорт, качество транспортного обслуживания, критерии качества, грузовые перевозки, клиентоориентированность, сборные грузы.

*Информация об авторе:

Юсупова Ольга Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита Российского университета транспорта, Москва, Россия, qwerty6020@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 08.01.2020, принята к публикации 24.02.2020.

For the English text of the article please see p. 220.

НЕОБХОДИМОСТЬ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА В ПЕРЕВОЗКАХ

По разным оценкам, объём рынка перевозок сборных грузов в России в 2019 г. составлял от 180 до 200 млрд рублей [1]. Этот сегмент грузоперевозок развивается в непрерывном режиме: появляется всё больше новых схем доставки, балансирующих в коридоре параметров «цена—сроки—сервис».

Если в Европе классика доставки сборных грузов предполагает использование терминальных линий (консолидацию/расконсолидацию грузов на складах) перевозчиков [2], то в России в силу протяжённости территории, более широкой географии перевозок, требуется более сложный комплексный подход к решению вопроса оптимизации доставки сборных грузов.

В Европе востребованность этого вида услуг стимулирует крупные и средние компании организовывать собственные линии доставки сборных грузов, обеспечивающие полную прозрачность движения груза, возможность управлять сроками и стоимостью доставки [2]. При этом в перевозках в основном задействован автомобильный транспорт, что влечёт многокилометровые пробки на европейских трассах, задержки грузов. И основной проблемой компаний является нарушение сроков доставки, снижающее качество оказываемых услуг.

В России круг задач, стоящих перед транспортно-логистическими компаниями, включает несколько сегментов:

- разработка новых продуктов. Мощным драйвером к неотложному решению этих задач служит рост отправок сборных грузов из Китая в РФ и Европу, рост интернет-торговли, рост количества грузов в сегменте LCL. Для этого требуется не только обновление продуктовой линейки, но и принятие масштабных бизнес-решений, меняющих расстановку сил в борьбе за клиента на рынке в целом. В интервью [3] глава «РЖД-Логистики», В. Валентик, заявил о возможности «приобретения различных логистических активов, в том числе через сделки M&A», что свидетельствует о готовности компании вкладывать средства в развитие клиентской базы в РФ и за рубежом, а также расширять собственные компетенции. О намерении развивать направление перевозки сборных грузов заявляют в этом же интервью такие лидеры рынка, как «DHL Express Россия», ОТЛК «ЭРА», Major Cargo Service (операционное подразделение ГК Major), «Элтранс+» и др.;

- развитие действующих сервисов — устранение причин задержек, утерь, порчи, недостатки грузов;

- повышение гибкости и клиентоориентированности компаний-грузоперевозчиков в борьбе за клиента в условиях высококонкурентного рынка.

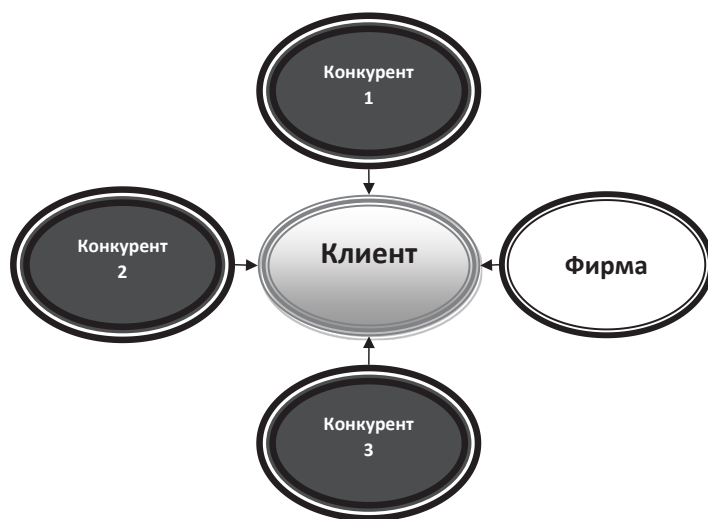


Рис. 1. Клиентоориентированный рынок (рисунок автора).

Модель клиентоориентированного поведения на рынке выглядит следующим образом (рис. 1).

Принцип ориентации на потребителя влияет на формирование стандартов взаимодействия грузоперевозчиков с клиентами на различных стадиях оказания услуги. Для этого необходимы выявление и оценка потребностей клиента и степени его удовлетворённости.

В рамках данной статьи речь пойдёт об оценке и анализе клиентоориентированности ОАО «РЖД» при оказании услуг по грузоперевозке сборных грузов с использованием сервиса «РЖД-экспресс».

МЕТОДИКИ АНАЛИЗА КАЧЕСТВА УСЛУГ ПО ГРУЗОПЕРЕВОЗКЕ СБОРНЫХ ГРУЗОВ

Автором статьи поставлена цель разработки методики оценки качества данного вида услуг, проведение на её основе анализа, выявление «узких мест» и формирование рекомендаций по повышению клиентоориентированности ОАО «РЖД». Детальный анализ критериев качества, получивших самую низкую оценку, предполагает написание цикла статей, где каждой выявленной проблеме будет посвящено отдельное исследование.

В качестве объекта исследования выбран сервис «РЖД-Экспресс», предметом исследования выступают перевозки сборных грузов по договорам с физическими лицами: это позволяет преодолеть проблему закрытости информации, организовать проведение опроса посредством Интернета, обеспечить получение обратной связи для формирования объективной оценки клиентоориентированности компании.

Автором статьи было проведено монографическое исследование, рассмотрены методики анализа качества транспортного обслуживания, предложенные такими авторами как В. Barabino, E. Deiana, E. Nathanail, P. Tilocca, A. M. Асалиев, Н. Б. Завьялова, О. В. Сагинова, И. В. Спирин, М. П. Городон, А. С. Зверева, А. Д. Молокович, М. О. Сураева, Л. В. Эйхлер, Ю. И. Соколов, И. М. Лавров, А. С. Стринковская, С. Д. Ильенкова и др., а также критериев оценки

качества, представленных в Единой политике клиентоориентированности холдинга «РЖД» [4–6].

Для оценки качества транспортного обслуживания указанными авторами предлагается рассчитывать индекс качества транспортного обслуживания грузопользователей, определяемый как среднее арифметическое на основе результатов маркетинговых исследований, оценивать производственное и потребительское качество транспортной услуги с использованием системы коэффициентов и критериев качества, рассчитывать интегральный показатель качества транспортной услуги на основе данных управленческой отчётности.

По ряду причин использование данных методик для оценки качества перевозки сборных грузов по договорам с частными лицами-грузоотправителями с позиций клиентоориентированности в полном объёме невозможно:

1) в них присутствуют показатели, оценка которых для частного лица является затруднительной в силу малой осведомлённости и отсутствия специальных знаний («наличие вагонов нужного типа», «техническое состояние вагонов», «подача вагонов под погрузку/выгрузку по графику», «высокий уровень соблюдения графиков подачи и уборки вагонов с путей необщего пользования», «полнота удовлетворённости спроса на перевозки» и др.);

2) индикаторы качества в большей степени направлены на оценку производственного качества, которое не всегда очевидно для клиента и больше затрагивает внутренние процессы компании (степень использования, годность, обновление и возраст подвижного состава, показатель грузоподъёмности, среднее расстояние поездки, производительность единицы подвижного состава и др.);

3) критерии качества дублируют друг друга в пределах одной методики (например, в Единой политике клиентоориентированности холдинга «РЖД» присутствуют одновременно такие критерии качества, как «Готовность к согласованию особых финансовых условий перевозки» и «Гибкость ценообразования» [7]);

Таблица 1

**Критерии оценки частными лицами — отправителями груза уровня
клиентоориентированности ОАО «РЖД» (авторская разработка)**

Показатели качества оказания услуг	Показатели надёжности услуг	Финансовые показатели	Гибкость и простота оформления
Удовлетворённость качеством предоставляемых услуг (география доставки, график работы, удобство расположения, оперативность сдачи/принятия груза и др.)	Соблюдение сроков доставки груза	Справедливая стоимость услуг	Прозрачность механизма формирования стоимости услуг
Полнота перечня дополнительных услуг на стадиях подготовки и оказания услуги	Обеспечение сохранности перевозимых грузов	Деловая репутация грузоперевозчика на рынке	Возможность удалённого оформления заказа услуг через сайт
Уровень квалификации персонала, доброжелательность отношения к клиенту	Оперативность в решении проблем клиента	Эффективная программа лояльности для клиентов	Возможность согласования индивидуальных условий перевозки

4) критерии, представленные в методиках, недостаточны для оценки запросов частных лиц и степени их удовлетворения.

Отдельно следует отметить, что в существующих методиках не уделяется внимание такому важному направлению изучения мнения потребителей, как оценка значимости для них тех или иных критериев качества, а не просто получение обратной связи в виде оценки предлагаемых в анкете критериев.

ЭТАПЫ АНАЛИЗА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Проведённое исследование позволяет предложить собственную методику оценки качества транспортного обслуживания грузоотправителей — физических лиц.

Методика включает:

- критерии оценки качества услуг, адаптированные для частных лиц — отправителей груза;
- интерпретацию и обоснование критериев;
- десятибалльную шкалу ранжирования значимости критериев;
- анкету для проведения опроса частных лиц — отправителей груза, воспользовавшихся услугой «РЖД-Экспресс».

Предлагаемая система критериев представлена в табл. 1. Она в наибольшей степени отражает потребительскую оценку качества оказываемых услуг. Эта система может быть использована в качестве основы при формировании перечня во-

просов для проведения анкетирования грузоотправителей. Формулировка критериев осуществлена таким образом, чтобы, с одной стороны, сделать их понятными для респондентов — физических лиц, с другой — позволить провести оценку качества оказываемой услуги и выявить состав проблем, требующих решения с точки зрения потребителей.

Авторская методика содержит уникальные критерии, отсутствующие в упомянутых выше методиках и Единой политике клиентоориентированности холдинга «РЖД», а именно:

1) Возможность удалённого оформления заказа услуг на сайте перевозчика — в эпоху тотальной экономии времени, повышения ценности скорости оформления услуг, обеспечиваемой развитием удалённых сервисов, она приобретает особое значение [8]. Возможность оформления услуги «под ключ», не выходя из дома, делает её для клиента привлекательной. Получение высокой клиентской оценки по данному критерию позволит сформулировать вывод о том, что заказ услуги и документальное оформление через сайт не вызывает затруднений и отвечает клиентским ожиданиям. В свою очередь, низкий балл послужит индикатором необходимости совершенствования механизма заказа услуги онлайн.

2) Эффективная программа лояльности — она направлена на удержание действующей клиентской базы, благодаря наличию специальных предложений,



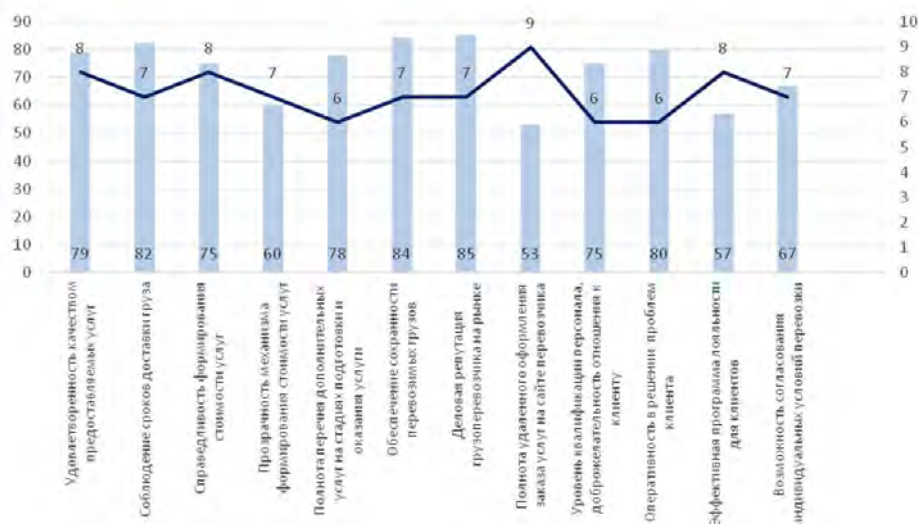


Рис. 2. Результаты проведенного опроса среди респондентов (составлено автором по результатам опроса).

скидок, бонусов. Кроме того, такая программа позволит привлечь клиентов потенциальной базы, в т.ч. обслуживающихся у других операторов. Высокую оценку по данному критерию компания может получить в том случае, если грузоперевозчик на постоянной основе не только организует различные акции, но и эффективно обеспечивает открытость информации о них, доступность её для неограниченного числа клиентов. Низкая оценка, напротив, будет свидетельством либо отсутствия подобных программ, либо их неэффективности, либо неосведомлённости потребителя о них.

3) Прозрачность механизма формирования стоимости услуг представляет собой критерий, который иллюстрирует мнение потребителя о том, насколько свободно можно отследить ценообразование на услуги с учётом изменения различных параметров, включённых в раздел дополнительных услуг. Трактовка высокой оценки по этому критерию такова: клиенту в целом ясен механизм формирования стоимости его услуги, составляющие этой стоимости, услуге присуща высокая степень свободы в части варьирования этими составляющими. В свою очередь, низкая оценка является признаком расплывчатости в понимании клиента процесса ценообразования.

Для оценки качества транспортного обслуживания считаем необходимым в рамках опроса дополнительно ранжировать значимость критериев в анкете с использованием десятибалльной шкалы, в которой 0 баллов присваивается критерию в случае абсолютной незначимости для клиента, а 10 баллов присваивается тем, которым клиент уделяет особое внимание при выборе грузоперевозчика.

Разработанная система критериев была положена в основу анкеты, размещённой в Интернете с использованием сервиса «Google-таблицы». Опрос проведён среди 135 респондентов — частных лиц, воспользовавшихся в качестве отправителей груза услугой «РЖД-экспресс» за период сентябрь—ноябрь 2019 года. Результат опроса можно увидеть на рис. 2.

ФОРМИРОВАНИЕ ВЫВОДОВ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ

По итогам опроса высокую оценку получил критерий «Финансовая стабильность грузоперевозчика», которая, по мнению респондентов, составляет 75 баллов из 100, при высокой значимости, равной 8 баллам. Полученный исследователем результат оценки по этому критерию можно считать вполне закономерным, поскольку компания «РЖД-Логистика» по праву считается одним из лидеров на транспортно-логистическом рынке, более

чем за десять лет своего существования зарекомендовавшим себя потребителям. Чистая прибыль организации возросла практически на 20 % на протяжении последних двух лет.

Как видно на рисунке, высокую оценку респондентов в размере 84 баллов получил критерий «Сохранность перевозимых грузов», при его значимости в 7 баллов. Такая оценка является закономерным следствием политики компании в области отслеживания и контроля сохранности груза на всех этапах перевозки, о чём упоминается в годовом отчёте АО «РЖД-Логистика» [9].

По результатам анкетирования стало возможным выявление ряда «узких мест», нуждающихся в более детальном анализе. Среди них в первую очередь следует обратить внимание на достаточно невысокую оценку потребителями «возможности удалённого заказа услуг через сайт», которая составила всего 53 балла, при высокой значимости в 9 баллов. Полученный результат для исследователя служит бесспорным сигналом о необходимости проведения развёрнутого анализа механизма оформления услуг потребителем на сайте «РЖД-Логистика», сравнении этого механизма с практикой наиболее успешных представителей транспортно-логистического рынка, разработке комплекса рекомендаций по модернизации сайта.

Невысокую оценку респондентов получил критерий «Эффективная программа лояльности для клиентов» (57 баллов), при значимости показателя в 8 баллов. Полученный результат свидетельствует о необходимости пересмотра программы скидок, предоставляемых частным лицам-грузоотправителям, рассмотрения возможности внедрения бонусной программы, системы уведомления клиентов об имеющихся акциях и скидках.

Резюмируя проведённое исследование, отметим, что предложенная в нём методика оценки качества транспортного обслуживания частных лиц — отправителей груза позволяет компании-грузоперевозчику проанализировать свои сильные и слабые стороны, увидеть свою деятельность глазами клиента с позиций его удовлетворённости и адекватно ей выбрать

пути роста качества предоставляемых услуг.

Предложенная система критериев оценки качества перевозок сформирована с уклоном на клиентоориентированные параметры, она может быть использована для оценки качества транспортно-логистических услуг перевозчиком на любом виде транспорта, система базовых критериев может быть расширена, внутри каждого из них могут быть выделены подкритерии, что позволит провести анализ более детально внутри выделенных магистральных направлений.

Автором поставлена задача в последующих статьях провести углубленный анализ природы выявленных «узких мест» с целью выработки возможных путей их устранения и повышения уровня клиентоориентированности ОАО «РЖД».

ЛИТЕРАТУРА

1. Обзор отрасли грузоперевозок в России 2019 год. [Электронный ресурс]: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-transportation-services-2019-rus/\\$FILE/ey-transportation-services-2019-rus.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-transportation-services-2019-rus/$FILE/ey-transportation-services-2019-rus.pdf). Доступ 02.02.2020.
2. Жикин А. Логистика отраслей и сегментов. — М.: ЛитРес: Самиздат, 2019. — 60 с.
3. Скорлыгина Н. Рост без активов. Логистические компании ждут быстрого развития рынка // Коммерсантъ. — 2019. — № 13 (6493). — 7 с. [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/3862169>. Доступ 02.02.2020.
4. Асалиев А. М., Завьялова Н. Б., Сагинова О. В., Спирин И. В., Скоробогатых И. И. и др. Маркетинговый подход к управлению качеством транспортного обслуживания: Монография / Под ред. Н. Б. Завьяловой, О. В. Сагиновой, И. В. Спирина. — Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. — 172 с.
5. Соколов Ю. И., Лавров И. М. Анализ динамики индекса качества транспортного обслуживания грузовладельцев // Корпоративное управление экономической и финансовой деятельностью на железнодорожном транспорте: Сборник трудов по результатам III Международной научно-практической конференции. — М.: РУТ (МИИТ). — 2019. — Вып. 17. — С. 83–86.
6. Стринковская А. С. Диагностика качества транспортного обслуживания на грузовых автотранспортных предприятиях // Техника и технологии строительства. — № 3 (11). — 2017. — С. 75–80.
7. Единая политика клиентоориентированности холдинга «РЖД» в области грузовых перевозок. [Электронный ресурс]: <http://docs.cntd.ru/document/456025278>. Доступ 02.02.2019.
8. Российский рынок Интернет-торговли к 2024 году достигнет 2,78 трлн руб. [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/business/13/03/2019/5c88f46a9a79479761da827d>. Доступ 02.02.2020.
9. Годовой отчёт 2018 АО «РЖД-Логистика». [Электронный ресурс]: <https://www.rzdlog.ru/upload/iblock/23e/23e15f4bc9e30e74a88a11d443d13624.pdf>. Доступ 02.02.2020.

