

Общая характеристика транспортной системы России. Система управления транспортной отраслью. Основные направления развития транспорта России.

В последние 15-20 лет в экономике развитых стран произошли существенные изменения. Эти изменения затрагивают и Россию. Дело в том, что в хозяйственную практику предприятий и фирм стали внедряться новые методы и технологии доставки товаров, базирующиеся на концепции интеграции транспорта и материально-технического обеспечения, на развитии новейшей техники в области информатики и коммуникаций. Можно утверждать, что с рубежа 70-80-х годов началось органическое сращивание транспорта с обслуживаемым производством, превращение его в звено единой системы "производство - транспорт - распределение". Новый подход к транспорту как ключевой части логистической цепи приводит к необходимости рассмотрения его в разных аспектах. Прежде всего транспортные предприятия и организации должны направить свою коммерческую и производственную деятельность на изучение, анализ и удовлетворение потребностей общества во всех видах транспортных услуг.

До недавнего времени большинство транспортных предприятий выполняли только перевозочные операции, не заботясь о предоставлении спектра других услуг. Это было вызвано административно-контрольной системой управления в стране, отсутствием конкуренции и рыночных отношений. Новые экономические условия, формирование рынка транспортных услуг, появление и усиление конкуренции между предприятиями транспорта предполагают активное изучение опыта функционирования транспорта стран с рыночной экономикой. Понятие "услуга транспорта" начинает широко использоваться в практике организации и планирования работы транспорта.

Согласно существующим понятиям к услугам относят все виды труда, непосредственно не связанные с изменением и преобразованием форм материи и явлений природы и производящие особую потребительную стоимость, которая выражается в общественно полезной деятельности самого труда в различных отраслях общественного хозяйства. К услугам относят и те виды труда, которые не овеществляются в предметно осязаемом, обособленном продукте труда (например, транспорт, связь).

Особенности деятельности по предоставлению услуг сводятся к следующим положениям:

- услуги не могут существовать вне процесса их предоставления (т.е. они не могут накапливаться);
- продажа услуг - это фактически продажа самого процесса труда, поэтому качество услуг определяется качеством самого процесса труда;
- услуги представляют собой конкретную потребительную стоимость только в определенное время и в конкретном месте или направлении, что существенно ограничивает возможность их замен на рынке услуг;
- услуги транспорта относятся к услугам, завершающим и/или предваряющим процесс материального производства.

Услуги транспорта определяются как подвид деятельности транспорта, направленный на удовлетворение потребностей людей и характеризующийся наличием необходимого технологического, экономического, информационного, правового и ресурсного обеспечения. Под транспортной услугой, следовательно, подразумевается не только собственно перевозка грузов или пассажиров, а любая операция, не входящая в состав перевозочного процесса, но связанная с его подготовкой и осуществлением.

К услугам транспорта можно отнести:

- перевозку грузов и пассажиров;
- погрузочно-разгрузочные работы (погрузка, выгрузка, перегрузка, пересадка пассажиров, внутрискладские операции);
- хранение грузов;
- подготовку перевозочных средств;
- предоставление перевозочных средств на условиях аренды или проката;
- перегон (доставку) новых и отремонтированных транспортных средств;
- прочие услуги.

Анализ отечественного и зарубежного опыта позволяет предложить следующую классификацию услуг транспорта:

- по признаку взаимосвязи с основной деятельностью предприятий транспорта услуги подразделяются на перевозочные (т.е. включающие в том или ином виде элемент перевозки) и не перевозочные;
- по виду потребителя, которому предоставляется услуга, - на внешние (предоставление нетранспортным предприятиям и организациям) и внутренние, (предоставление другим предприятиям и организациям транспорта). Например, внутренними являются услуги по предоставлению подвижного состава автотранспортным предприятием экспедиторскому для выполнения перевозок;
- по характеру деятельности, связанной с предоставлением определенной услуги, - на технологические, коммерческие, информационные и т.д.

Логистические (в том числе и транспортные) услуги основываются на следующих положениях и правилах:

- каждая оказываемая услуга уникальна для получателя;
- в конечном итоге от оказанной услуги не остается ничего, кроме восприятия к информации;
- услуга (или часть ее) не может быть рециклирована;
- услуги нельзя накапливать про запас;
- оказанную услугу нельзя отремонтировать;
- оказанная услуга не может быть выполнена вновь;
- память о хорошей услуге мимолетна, плохая же услуга помнится долго.

В последнее время важность и значимость логистических услуг постоянно возрастает, расширяется - индустрия услуг и все большее число компаний и работников включаются в нее. Целый ряд логистических посредников становятся предприятиями сервиса, в которых услуги неразрывно связаны с продвижением и реализацией товаров, причем стоимость услуг может превосходить прямые затраты на производство.

Сфера услуг должна функционировать таким образом, чтобы полностью удовлетворять требования клиентов с возможно малыми затратами. Однако на сегодняшний момент нет широко используемых эффективных

количественных методов оценки качества услуг в связи с их особенностями, которые сводятся к следующему:

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

Наиболее значимыми компонентами при оценке качества предоставляемых услуг могут выступать следующие:

- среда (интерьер, оборудование, внешний вид персонала и т.д.);
- надежность (исполнение точно в срок);
- ответственность (гарантии исполнения услуг, желание персонала помочь потребителю услуг);
- законченность (наличие определенных навыков, необходимых знаний и компетентность персонала);
- доступность (легкость установления контактов);
- безопасность (отсутствие риска и недоверия со стороны потребителя услуг);
- вежливость (любезность, корректность персонала);
- коммуникабельность (способность персонала общаться с потребителем услуг на доступном и понятном ему языке);
- взаимопонимание (искренний интерес к потребителю услуг, способность встать на его место).

Когда потребитель оценивает качество услуг, он сравнивает фактические величины параметров качества с ожидаемыми, и если они совпадают или оказываются близкими, то качество считается им удовлетворительным или приемлемым. Потребительские ожидания клиента основываются на следующих параметрах:

- речевых коммуникациях (слухах), т.е. на информации об услугах, которую потребители услуг передают друг другу;
- личных потребностях (личностных представлениях клиента о качестве, его запросах);
- прошлом опыте, т.е. на подобных услугах, оказываемых ему в прошлом;
- внешних коммуникациях (сообщениях), поступающих через средства массовой информации: радио, телевидение, прессу.

В последние годы логистика все в большей степени занимается управлением сервисных потоков, так как многие фирмы не только производят готовую продукцию, но и оказывают сопутствующие услуги. Логистический подход целесообразен и эффективен для предприятий, оказывающих только услуги, в том числе и транспортные. Спрос на услуги транспорта во многом зависит от развития имеющихся в регионе видов транспорта, степени их интеграции в единую систему, уровня тарифов по видам транспорта, ассортимента и качества услуг, предоставляемых возможным клиентам. Удельный вес транспортных услуг с развитием рыночной экономики и ее инфраструктуры, как правило, возрастает, и это характерно практически для всех стран.

В связи с внедрением логистики в странах с рыночной экономикой пересматривается политика в области транспорта. Транспорт начинает играть ключевую роль в системе товародвижения. Предполагается, что в дальнейшем технико-эксплуатационные особенности отдельных видов транспорта обеспечат им надежное положение на рынке транспортных услуг, особенно в условиях повышенного спроса на перевозки грузов мелкими отправлениями, которые, в свою очередь, ускорят развитие автоматизированной обработки грузов, контейнеризации и пакетизации, а также информатики в области грузовой и перевозочной работы.

Просматриваются два направления в области организации транспортных услуг:

1. приспособление ассортимента предлагаемых услуг к специфическим требованиям клиентов;
2. активное формирование спроса на услуги транспорта с целью прибыльной реализации уже имеющихся.

Различные группы потребителей должны обслуживаться в соответствии с их конкретными потребностями. Потребители сами выбирают услуги, их количество и характер реализации.

Транспортное обслуживание и его качество

Реализация каналов снабжения сырьем, полуфабрикатами и распределения готовой продукции в рамках логистической системы требует решения комплекса транспортных проблем. Предприятию, фирме, концерну при реализации каналов распределения готовой продукции приходится решать вопросы, связанные с доставкой, т.е. выбирать вид транспорта, методы организации перевозок, тип транспортных средств и т.д. - иными словами решать вопросы транспортного обслуживания (см. гл. 5).

Транспортное обслуживание можно определить как деятельность, связанную с процессом перемещения грузов и пассажиров в пространстве и во времени и предоставлением сопутствующих этой деятельности транспортных услуг.

Транспортное обслуживание клиентов на перевозку грузов включает:

- выбор соответствующей упаковки согласно физическим свойствам товара (груза);
- нанесение на упаковку маркировки, штрих-кодов и спецобозначений;
- использование унифицированной транспортной тары, формирование грузовых единиц, пакетирование и контейнеризация;
- выбор оптимального (рационального, приемлемого) вида перевозки и транспортных средств;
- наиболее полное использование грузоподъемности транспортных средств посредством правильной загрузки;
- соблюдение технологий при ведении погрузочно-разгрузочных работ;
- использование современных технологий и подходов к организации размещения, учета товаров и запасов на складах и терминалах;
- применение современных информационных технологий и компьютерной поддержки.

Специфические задачи стоят и перед системой организации перевозок пассажиров.

По данным зарубежной печати стоимость транспортных расходов в процессе производства и реализации продукции доходит до одной трети цены конечного продукта. Вот почему рационализация, а лучше оптимизация транспортных, погрузочно-разгрузочных, тарно-упаковочных, экспедиционных и складских операций является важным резервом снижения издержек и экономии ресурсов. До недавнего времени повышению эффективности доставки продукции уделялось недостаточное внимание, как и всей сфере обращения.

Изучение спроса на транспортные услуги свидетельствует, что одним из главных требований клиентов к работе транспорта является своевременность отправки и доставки грузов. Связано это со стремлением большинства грузовладельцев к сокращению запасов как в сфере производства, так и в сфере обращения, поскольку их затраты на содержание запасов составляют по ряду отраслей 20% и более от стоимости выпускаемой продукции. Отсутствие гарантии своевременной доставки или отправки требуемого груза, возможность отказа или неоднократного откладывания заявки на перевозку были характерными особенностями сложившейся у нас в стране системы работы транспорта.

В целом доставка продукции распадается на ряд последовательных конкретных отдельных этапов, зачастую не связанных между собой и выполняемых разными подразделениями. Поэтому оптимизация такой пространственно-временной системы представляет собой достаточно сложную задачу.

Транспортное обслуживание и его характер во многом определяет спрос на перевозки. К параметрам, характеризующим спрос, можно отнести: род груза (вид поездки) и объем перевозок; размеры обслуживаемой территории; регулярность грузопотоков (пассажиропотоков); срочность и время доставки; уровень тарифов; необходимость хранения товаров (технологического простоя-пересадки) в цикле доставки; юридическое положение отправителя или получателя (предприятие или частное лицо).

Спрос носит локальный характер и на его количественные и качественные характеристики влияет покупательная способность, существующая в данном конкретном месте, так как в зависимости от нее изменяется спрос. Что касается предложения, то оно практически всегда рассредоточено, а следовательно, в количественном и качественном отношении меняется в зависимости от наличия или отсутствия возможностей для получения прибылей (или удовлетворение потребностей) на местном рынке.

Зарубежный опыт свидетельствует об актуальности повышенного внимания к проблемам транспортного обслуживания. Так, в странах с развитой рыночной экономикой имеют место следующие тенденции развития транспортного обслуживания: увеличение объема перевозок грузов повышенной стоимости с одновременным сокращением малоценных грузов (или неэкстренных перемещений пассажиров); увеличение средних расстояний доставки и рост доли международных перевозок; повышение ответственности за качество и сроки перевозки по всей транспортной цепи; рост объема перевозок между предприятиями при сокращении объемов перевозок в самих предприятиях; уменьшение объемов массовых навалочных грузов и увеличение объемов штучных грузов в контейнерах и на поддонах; повышение коэффициента грузоподъемности (пассажировместимости) подвижного состава; увеличение объема перевозок грузов (пассажиров) в специализированном подвижном составе; преобладание логистических подходов при организации перевозок и управлении транспортным процессом.

В настоящее время все большее значение начинают приобретать вопросы повышения уровня транспортного обслуживания клиентов, которые в рыночных условиях хозяйствования тесно связаны с проблемой сервиса и качества предоставляемых услуг. Под качеством понимают совокупность свойств и характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять потребности клиентов. Если компания обязуется доставить груз по назначению и в оговоренные контрактом сроки в условиях сохранности, то в будущем клиент ожидает, что перевозчик сократит время простоя, снизит плату за хранение, расширит сеть доставки и т.д., т.е. повысит качество предоставляемых услуг.

Ошибочным является суждение о том, что предоставление качественных услуг весьма дорогое удовольствие. Наоборот, невыполнение условий принятого соглашения влечет за собой дополнительные расходы материальных и трудовых ресурсов, направленных на устранение ошибок. Так, систематические срывы графика перевозок приводят в конечном счете к потере клиентов, репутации и места на рынке транспортных услуг.

Идентификация потребности в транспортном обслуживании базируется на принципе сегментации услуг, т.е. группировки потребителей в соответствии с тем или иным критерием обслуживания. Сам процесс сегментации услуг включает следующие три стадии:

1. определение ключевых компонентов обслуживания на основе мнений самих потребителей;
2. установление относительной важности этих компонентов для потребителей;
3. группировка потребителей по отношению к предпочтениям тех или иных компонентов обслуживания.

Для сбора информации используются принципы социологии (опросы), а для ее обработки и последующей группировки потребителей - соответствующие статистические методы. На рынке движения товаров и их доставки потребителям можно выделить два сегмента обслуживания, т.е. две группы покупателей. Первая сосредоточивает свое внимание на поставке товаров (сроках и интенсивности, полноте заказа); вторая - отдает предпочтение связям с поставщиками, качеству коммуникаций и легкости заказа.

К ключевым параметрам качества транспортного обслуживания потребителей относятся:

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

Своя специфика имеется и в отношении качества обслуживания пассажиров.

Массовые опросы клиентуры, согласно данным западных специалистов, дают следующую картину ранжирования показателей качества обслуживания: 100 пунктами оценена надежность поставки; 60 - удобство анализа, стабильность получения информации, высокий уровень выполнения

принятых гарантий; 50 - наличие контактов в процессе обслуживания; 10 - возможность предоставления кредита и т.д.

Четкость обслуживания потребителей услуг характеризуется продолжительностью цикла обслуживания, который измеряется временем от получения заказа до его выполнения.

Практика свидетельствует о том, что в 80% случаев проблемы качества транспортного обслуживания связаны с потерей управления компанией. Как же обеспечить качество? Ответом на этот вопрос может быть модель системы качества, включенная в общую систему управления. Стандарт ISO 9000:2000 определяет систему качества как "совокупность организационной структуры, процедур, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления административного управления качеством".

Система качества считается хорошо организованной и функционирующей, если:

- система воспринимается и понимается персоналом, правильно применяется, имеет необходимые ресурсы и является эффективной;
- предоставляемые услуги (выпускаемая продукция) действительно удовлетворяют запросы и ожидания клиента;
- учитываются влияние на окружающую среду и потребности общества;
- основное внимание уделяется предотвращению негативных ситуаций, а не их ликвидации после возникновения.

Такая система кроме решения вопросов обеспечения качества обслуживания повышает дисциплину, уменьшает непроизводительный труд, облегчает работу с клиентами. Реализация системы качества должна определяться задачами, продукцией, процессами и индивидуальными особенностями конкретной компании или организации, а также отвечать требованиям постоянного улучшения качества в соответствии с предполагаемыми потребностями клиента.

Следование стандарту ISO 9000:2000 при разработке и внедрении системы качества является добровольным стремлением руководства компании или организации. Именно руководство несет полную ответственность перед клиентом за соответствие стандарту и определяет целесообразность сертификации деятельности, которая устраняет необходимость ряда дополнительных проверок по требованию клиентов. Если сертификат выдан

признанным (в регионе, стране, мире) сертификационным органом, то потребитель услуг получает максимальную гарантию того, что его запросы будут удовлетворены.

Многие российские компании и предприятия столкнулись, в силу внутренней обстановки в стране на сегодняшний момент, с кризисом доверия со стороны зарубежных партнеров. Причем страдают и те компании, которые могут успешно работать. В этих условиях система качества, выстроенная в соответствии со стандартом ISO 9000:2000 и сертифицированная признанным в мире сертификационным органом, приобретает особое значение. Наличие такой системы декларирует способность руководства управлять компанией, свидетельствует о существовании у нее стратегических планов и о том, что контакты с ней менее рискованны.

Изучение психологии потребителей, в том числе транспортных услуг, в зарубежных странах показало, что в зависимости от интересов и склонностей потребителей можно разделить на три группы:

- первые предпочитают высокое качество обслуживания;
- вторые ориентируются на высокую скорость, эффективность и минимум риска;
- третьи делегируют обслуживание процессов транспортировки, сбыта и продажи продукции посредникам.

Одним из важных вопросов логистического обслуживания является цена, как ожидаемая компенсация за общий пакет услуг, которую фирма предлагает потребителю. Определить цену на логистические услуги гораздо труднее, чем цену на саму транспортировку, так как во многом цена логистических услуг зависит от восприятия клиентом всей системы обслуживания. Выбор оптимального уровня обслуживания клиентуры определяется динамикой величины затрат. Выявлено, что, начиная с 70% и выше затраты на обслуживание растут экспоненциально в зависимости от уровня обслуживания, а при уровне обслуживания 90% и выше сервис становится невыгодным. Специалисты подсчитали, что при повышении уровня обслуживания от 95 до 97% экономический эффект повышается на 2%, а расходы возрастают на 14%.

Для выявления рационального уровня обслуживания производят сопоставление расходов, доходов и прибыли, реализуя принцип компромиссного решения, при котором фирмы достигают наилучшего

соотношения между ценами и уровнем обслуживания, между расходами и доходами. Фактически процедура сводится к сопоставлению затрат, связанных с увеличением уровня обслуживания, с потерями доходов, которые растут при уменьшении числа и качества услуг. В результате сопоставления находят некоторый оптимум уровня обслуживания (рис. 2.1).

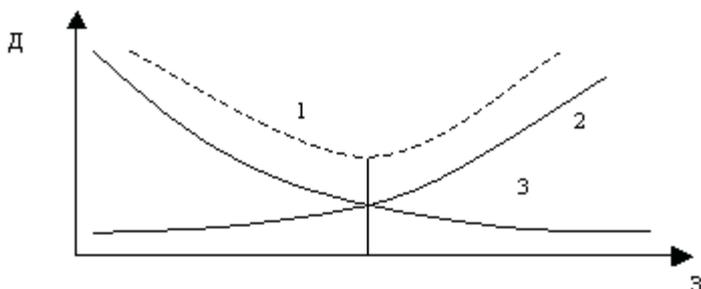


Рис. 2.1. Выявление рационального уровня обслуживания

С увеличением уровня обслуживания растут расходы по нему (кривая 2), но уменьшаются потери доходов от снижения уровня обслуживания (кривая 3). Пунктирная кривая (1) получается суммированием координат двух названных составляющих. В связи со значительными трудностями поиска и практической реализации оптимального уровня обслуживания (минимум ординаты пунктирной кривой 1) предприятия, предоставляющие услуги, и их клиентура ориентируются на "достаточно хорошее решение" - рациональное, приемлемое соотношение расходов и доходов.

Сервис оценивают показателем "уровень обслуживания" $Y_{об}$, который определяется выражением:

$$Y_{об} = \frac{\sum_{i=1}^n t_i}{N},$$

где n - фактическое количество оказанных услуг;

N - количество услуг, которое теоретически может быть оказано;

t_i - время на выполнение i -ой услуги.

Работа транспорта должна основываться на запросах потребителя. Клиента привлекают минимальные сроки доставки, 100%-я сохранность груза при перевозке, удобства по приему и сдаче грузов, возможность получения достоверной информации о тарифах, условиях перевозки и местонахождении груза. Только при этих условиях клиент готов нести соответствующие затраты.

Когда рассматриваются вопросы качества транспортных услуг и транспортного обслуживания, необходимо помнить и учитывать следующие особенности:

- выбор совокупности услуг требует рассмотрения всех возможных вариантов уровней транспортного обслуживания;
- потребностей у клиента может быть несколько, что влечет за собой соответствие свойств и характеристик услуг одновременно нескольким и зачастую противоречащим друг другу требованиям;
- при заключении договора запросы и потребности клиентов четко оговариваются и фиксируются;
- во многих случаях потребности клиента со временем меняются, что обуславливает необходимость периодического проведения маркетинговых исследований. Каждый вид услуги транспорта требует серьезного изучения и анализа;
- потребности и запросы клиентов обычно выражаются в определенных свойствах с количественной их характеристикой и включают такие аспекты, как безопасность, функциональная пригодность, эксплуатационная готовность, надежность, экономические факторы, экологичность и т.д.;
- для количественной оценки качества используются такие выражения как: "относительное качество", "уровень качества", "мера качества".

Для улучшения транспортного обслуживания информация о качестве транспортных услуг, полученная на основании накопленного опыта и пожеланий клиентов, должна тщательно изучаться и анализироваться.