

**ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ.**

Ратников Д., Никифорова К.А. (tka-1991@mail.ru)

**ГАПОУ ТО «Тюменский колледж транспортных технологий и сервиса»,
Россия, Тюмень.**

Услуга на пассажирском транспорте рассматривается не как деятельность, добавляющая ценность потребителю основной услуги - транспорта, а как вспомогательная система, позволяющая улучшить условия движения пассажиров на железнодорожном транспорте, за счет повышения его конкурентоспособности на транспорте.

Ключевые слова: сервис, пассажирские перевозки, транспорт, качество, станция.

**ASSESSMENT OF THE QUALITY MANAGEMENT OF PASSENGER
TRANSPORTATION BY RAIL.**

Ratnikov D., Nikiforova K.A. (tka-1991@mail.ru)

GAPOU TO "Tyumen College of Transport Technologies and Service", Russia, Tyumen.

The service in passenger transport is considered not as an activity that adds value to the consumer of the main service - transport, but as an auxiliary system that improves the conditions for the movement of passengers in railway transport by increasing its competitiveness in transport.

Key words: service, passenger traffic, transport, quality, station.

Актуальность исследования особенностей обслуживания пассажиров и клиентов на железной дороге связано с тем, что все страны мира охвачены сетью железных дорог, обеспечивающий доступность подавляющего большинства транспорта и предоставляющий широкий выбор транспортных услуг. Железнодорожный вид транспорта является безусловным лидером в транспортной системе России, так как он выполняет 80% грузовых перевозок и 40% пассажирских перевозок. Рельсы и шпалы протянулись во все уголки нашей необъятной страны, общая протяженность путей составляет 124 тыс.км.

Цель данной работы является обобщение основ управления качеством услуг железнодорожного транспорта (перевозки) и анализ проектов по улучшению качества обслуживания пассажиров.

В различных толковых словарях и словарях русского языка «обслуживание» имеет несколько значений. «Обслуживать» означает работать для удовлетворения чьих-либо текущих или постоянных бытовых нужд и потребностей, объектом обслуживания в данном случае является человек, а в сфере удовлетворения его потребностей входит весь комплекс

социальных услуг и производств, поставляемых населению: образование, медицина, транспорт, торговля, общественное питание, страхование, туризм и др.

Существует ряд общепринятых стандартов и принципов обслуживания, которые должны учитываться и соблюдаться пассажирскими транспортными компаниями и сервисными центрами:

1) Обязательность предложения населению и выполнения комплекса услуг. Пассажиры должны быть проинформированы об услугах, предоставляемых на начальных и конечных станциях (станциях) и в вагонах в пути следования. Пассажирские транспортные предприятия, сервисные центры и их обслуживающие структуры должны принимать только договорные обязательства, исполнение которых они могут гарантировать, а принятый заказ на выполнение услуг должен быть обязательным документом для всех задействованных организаций и структур.

Есть ли у компании ряд услуг для населения? Что входит в этот комплекс, и кто должен его предоставлять?

- Конечно да, сервисный комплекс существует иначе, для того чтобы клиенту (пассажиру) стала известна любая информация. Если у заказчика (пассажира) возник вопрос, предварительно можно найти информацию на официальном сайте ОАО «РЖД».

- На начальной и конечной станциях (вокзалах) можно услышать служебную информацию от диктора. К услугам, предлагаемым на вокзале, относятся комната матери и ребенка, душ, комната отдыха, зал ожидания, носильщики и другие. Все эти и другие услуги предоставляются специализированным персоналом на платной основе.

-В пути информацию предоставят начальник поезда и проводник. Пассажиры проинструктированы о требованиях пожарной безопасности и личной безопасности, о запрете курения в вагонах, о расположении начальника поезда, платных услугах, наличии и работа вагона-ресторана (буфета), местах размещения справочной информации. Для выражения мнения о текущей поездке, а также предложений и пожеланий пассажир может воспользоваться книгой жалоб и предложений, либо позвонить в Единый информационно-сервисный центр ОАО «РЖД», либо обратиться в приемную на официальном сайте. ОАО «РЖД».

2) Необязательность использования клиентом сервисных услуг. Работники сервисных центров, предприятий пассажирского транспорта и их структур не должны навязывать сервис заказчику.

Что произойдет, если клиент откажется от услуг? Услуга, заявка клиента, не будет предоставлена в полном объеме? Будет ли она предоставлена?

- При покупке билета мы часто слышим вопрос от кассира: «Хотите оформить страховку от несчастного случая?». Конечно, вы купите билет, и от вашего ответа зависит страховка.

3) Эластичность сервиса. Сервисные услуги должны предлагаться пассажирам от минимально необходимых до наиболее целесообразных, набор которых определяет сам заказчик.

- Давайте разберем это на примере питания. Всем известно, что в поезде есть вагон-ресторан или кафе-буфет, персонал которого предлагает горячие и холодные блюда, выпечку и каши. Но вы также можете заказать дополнительное питание заранее, при покупке билета через кассу или в интернете, выбрав из ассортимента блюд предусмотренное их количество, на каждый день поездки или на отдельный день.

4) Удобства сервиса. Услуга должна быть оказана в удобном для заказчика (пассажира) месте, в то время и в форме.

- Допустим, ночью в поезд садится пассажир, которому скоро принесут чай или кофе. Ни при каких обстоятельствах проводник не откажет в предоставлении данной услуги пассажиру. Или, допустим, пассажир по какой-то причине сразу обратился к начальнику поезда, и независимо от времени суток начальник поезда должен решить вопрос пассажира.

5) Техническая адекватность сервиса. Поэтому необходимо создавать оригинальные технические решения именно для технологии сервиса.

- Технический уровень пассажирского подвижного состава и его оснащение (инвентарь и съемное и несъемное оборудование) должны быть адаптированы к технологии обслуживания, иначе не будет достигнуто надлежащее качество обслуживания. Потребителя интересуют его собственные проблемы, а не проблемы производителя; качество обслуживания не должно страдать от технического несовершенства оборудования поездов и вокзалов.

6) Информационная отдача сервиса. Пассажирское транспортное предприятие должно прислушиваться к информации, которая может быть предоставлена отделением вокзала, поездной бригадой проводников, отделом сервис-центра, по сегментам пассажирских перевозок, реализации товаров и услуг, оценок и мнений клиентов, а также поведение и методы обслуживания конкурентов и реагировать соответствующим образом.

- АО «ФПК» дорожит своими клиентами и развивает дополнительные услуги для удобства пассажиров (клиентов). А именно: бронирование билетов и отелей, мультимодальные перевозки, путешествие с автомобилем, заказ такси от поезда и многие другие услуги.

7) Разумная ценовая политика в сфере сервиса. Она может оказать существенное влияние на потребление товаров и услуг населением не только железнодорожного транспорта, но и его партнеров при реализации пакетов услуг. При этом услугу следует рассматривать не только как источник дополнительной прибыли, но и как инструмент формирования доверия клиентов и партнеров в комплексном обслуживании.

Давайте посмотрим, насколько обоснована ценовая политика АО «ФПК» в сфере услуг по сравнению с конкурирующими видами транспорта?

- Для сравнения будем использовать авиа и железнодорожный транспорт. Авиация — самый быстрый и в то же время самый дорогой транспорт, железнодорожный — самый экономичный. Услуги тоже разные, билет в вагон СВ стоит от двадцати тысяч рублей, билет бизнес-класса из самолета стоит от сорока тысяч рублей.

8) Гарантированное соответствие производства сервису. Производитель товаров и услуг, добросовестно относящийся к потребителю, будет строго и жестко соизмерять свои производственные мощности с возможностями сервиса и никогда не поставит потребителя в условия «обслуживания самого себя».

При этом должны быть установлены требования к каждому виду услуг для последующего контроля качества и сертификации.

- Конечно, Федеральная пассажирская компания никогда не достигнет такого уровня «обслужи себя сам». Возьмем в качестве примера более известную цепочку «поезд-проводник-пассажир». Все вагоны, входящие в состав поезда, перед отправлением проходят технологическую подготовку, а если это фирменный поезд, то главным критерием будет возраст вагона, который не должен превышать 12 лет срока службы. Что касается обслуживающего персонала - проводников. Сотрудники поезда работают строго по стандарту обслуживания пассажиров в поездах формирования АО «Федеральная пассажирская компания», в котором подробно описываются действия проводников в том или ином случае.

Основными задачами транспортного сервиса в пассажирских перевозках являются:

1. Увеличение доходов от пассажирских перевозок и предоставления услуг

2. Маркетинговое изучение спроса на транспорт и услуги населения на основе анкетирования, опросов, статистических и прогнозных данных о развитии курортно-рекреационных зон, экономическом развитии регионов и других факторах.

3. Создание расширенной сети сервисных центров.

4. Лицензирование, стандартизация и сертификация транспортных услуг.

5. Создание автоматизированной сетевой информационной системы бронирования и продажи основных и дополнительных транспортных услуг, создаваемой сервисными центрами, пассажирскими транспортными предприятиями, их структурами и другими организациями, действующими на договорной основе. В информационной системе должны быть созданы базы данных, доступные для сервисных центров, предприятий пассажирского транспорта и их структур, содержащие:

- правила и условия перевозки пассажиров железнодорожным и другими видами транспорта, правила размещения, отдыха, лечения;

- перечень утвержденных и лицензированных услуг, их коды, количество и сроки выполнения по каждому назначению плана формирования пассажирских поездов, по каждому пункту обслуживания станции, вокзалов и в целом по каждому пассажирскому предприятию;

- тарифы, скидки и цены на услуги, штрафы за неисполнение договорных обязательств, работу в сервисных центрах, пассажирских компаниях на железных дорогах России в других странах, связанных единой железнодорожной сетью, а также на других видах транспорта;

- учет проданных, выполненных, отклоненных и неудовлетворительно выполненных заказов на обслуживание.

6. Определение экономически обоснованной стоимости проезда на места в отдельных типах вагонов (на которые цены «отпущены») и сервисных услуг сервисного центра, пассажирских компаний с учетом их конкурентоспособности.

7. Оформление заявок (договоров) на основные и дополнительные услуги по телефону, электронной почте через Интернет, с вызовом агента на дом или в компанию. Обслуживание пассажиров осуществляется как по установленным заданиям плана формирования пассажирских поездов, так и по заявкам на дополнительные задания.

8. Обеспечение полноты и своевременности расчетов между пассажирскими транспортными предприятиями, сервисными центрами и другими организациями, и предприятиями за оказанные услуги.

9. Оказание технико-технологических услуг по подготовке пассажирских поездов к рейсу.

10. Информирование пассажиров о транспорте и других предоставляемых услугах, ценах, изменениях в Правилах перевозок, тарифах и других нормативно-справочных документах через сеть Интернет, местное радио, с использованием средств справочно-информационных установок, видео-табло, информационных листовок и другой рекламной продукции. Консультировать потенциальных пассажиров перед приобретением основных и дополнительных транспортных услуг, и товаров, давая им возможность сделать осознанный выбор.

11. Изучение социальных, технических и технологических аспектов сервиса. Сбор, систематизация и анализ информации о качестве обслуживания пассажиров и качестве услуг, проданных услуг своих и конкурентами. Оценка рынка продавцов и покупателей услуг, формирование постоянной клиентуры.

12. Совершенствование существующих, разработка и продвижение новых услуг на рынке транспортных услуг на основе анализа спроса и предложения.

13. Подготовка и обучение обслуживающего персонала для внедрения новых товаров и услуг. Создание сервисных структур в социальном, техническом и технологическом аспектах для предоставления сертифицированных услуг высокого качества.

14. Управление сервисным обслуживанием пассажиров. Координация взаимодействия всех подразделений, задействованных в обслуживании, для обеспечения гарантированного выполнения условий договоров с пассажирами за счет собственных средств и с участием специализированных предприятий, фирм, компаний. Разработка постоянно действующей системы контроля качества обслуживания. Применение четко определенных количественных критериев для оценки качества предоставляемых услуг. Создание служб контроля качества услуг на всех этапах технологического цикла поставки и по всем параметрам.

Итак, из всего вышперечисленного мы видим широкий круг задач транспортного сервиса, требующий постоянной научно-технической проработки, совершенствования

существующих и вновь создаваемых методов, систем, технологий и оборудования в перевозках пассажиров. Это позволит вывести пассажирские перевозки на более высокий уровень развития по сравнению с конкурентами и снизить себестоимость их продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бычкова А.А. Методика оценки мероприятий по повышению уровня сервисного обслуживания и качества услуг на вокзалах / Современные проблемы совершенствования работы железнодорожного транспорта / Межвузовский сборник научных трудов / Под. ред. д.т.н., проф. В.А. Бугреева. – М.: МИИТ, 2012. – С.123-125.

2. Внутренний нормативный документ «Положение о системе управления качеством ОАО «РЖД»». Протокол заседания Совета директоров ОАО «РЖД» № 22 от 7 декабря 2015 г.

3. Копылова Е.В., Куликова Е.Б. Сервис на транспорте (железнодорожном): Учебное пособие по дисциплине «Сервис на транспорте». – М.: МИИТ, 2009. – 216 с

4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 июня 2008 года № 887-р «Стратегия развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года».

5. Распоряжение АО «ФПК» от 17 августа 2010 года № 706р Об утверждении Кодекса корпоративной этики работников акционерного общества «Федеральная пассажирская компания».

6. ОАО «РЖД». О компании [Электронный ресурс] // Главная. Прессцентр. Новости. URL: <http://svzd.rzd.ru/news/public/ru> (дата обращения 27.02.2022).