DOI: 10.17117/na.2015.12.01.050

<http://ucom.ru/doc/na.2015.12.01.050.pdf>

Поступила (Received): 30.12.2015

Андреева К.В., Мамедова И.А.

Управление качеством как фактор успеха логистической компании в условиях рыночной экономики

Andreeva K.V., Mamedova I.A.

Quality management as a success factor of logistics companies in the market economy

В статье рассматриваются особенности управления качеством как одного из основных факторов успеха современных логистических компаний, который влияет на их конкурентоспособность. Определена роль клиента в организации контроля качества логистики и цепи поставок. Упомянута модель Всеобщего менеджмента качества и стандарты ISO

Ключевые слова: управление, качество, логистика, сервис, цепи поставок

In article features of quality management as a key factor of the success of modern logistics companies which affects on their competitiveness. The role of the client in the organization of the quality control of the logistics and supply chain is defined. The models of TQM and ISO are mentioned

Key words: management, quality, logistics, service, supply chain

Андреева Ксения Вадимовна

Магистрант

Московский государственный университет путей сообщения

г. Москва, ул. Образцова, 9

Andreeva Ksenia Vadimovna

Master

Moscow state university of railway engineering

Moscow, Obrazcova st., 9

Мамедова Ирада Ахатовна

Кандидат экономических наук, старший преподаватель

Московский государственный университет путей сообщения

г. Москва, ул. Образцова, 9

Mamedova Irada Akhatovna

Candidate of Economic Sciences, Senior lecturer

Moscow state university of railway engineering

Moscow, Obrazcova st., 9

В конце XX в. после довольно длительного периода преобладания в России административно-командной национальной экономики, пришла эпоха рыночной модели ведения экономических процессов. В связи с этим, многим предприятиям необходимо было адаптироваться под новые реалии российской экономики. Повышение конкурентоспособности на ранке – одна из основных задач любой компании. Чтобы выжить в конкурентной среде, компаниям необходимо использовать современные системы управления и организации процессов.

Конкурентоспособность компании – необходимый компонент её существования, который зависит от качественной работы предприятия, от качества

выпускаемой им продукции и от качества услуг, которые предприятие предоставляет.

Для российских и зарубежных компаний проблема качества услуг и роста конкурентоспособности считается одной из ключевых. Именно проблема качества и конкурентоспособности привела управленческие структуры компаний к заинтересованности в решении вопросов качества, к разработке способов, подходов и методов их улучшения.

Сегодня управление качеством является не только новшеством, но и неотъемлемым подходом к успешному ведению бизнеса. Существующие различные методы и подходы по оценке эффективности систем управления качеством основаны на положениях международных стандартов системы менеджмента качества ISO 9000. На территории России действуют требования введенных с ноября 2015 года ISO 9000 – 2015.

С началом членства России в ВТО транспортные компании и иные предпринимательские структуры должны были сменить курс с решения проблем по улучшению качества услуг и качества производства на повышение качества самой компании. В этом есть смысл продвижения концепции TQM (всеобщее управление качеством). TQM направлена на достижение таких целей как: организация и решение существующих и возможных запросов клиентов; наделение качества основополагающей целью предпринимательской деятельности, а также оптимальное использование организационных ресурсов. Принцип всеобщего управления качеством направлен на вовлечение всех сотрудников на улучшение качества логистического обслуживания. Развитие принципа непрерывного контроля за качеством и его совершенствование позволяет компаниям укреплять позиции на современном рынке логистических услуг. Во многих российских компаниях происходит активное внедрение стандартов ISO, отличие которых от концепции всеобщего управления качеством в том, что они направлены на уменьшение возможности ошибки, а TQM направлена на повышение уровня качества, когда уже был достигнут некий уровень. Из этого следует, что TQM не имеет смысла внедрять в компании, которые для этого не подготовлены [4, с.113-114].

Основная трудность контроля качества в логистической компании в том, что потребление услуги происходит в один момент с ее оказанием. А значит, что такие компании вряд ли имеют право на ошибку, так как любые просчёты в транспортно-логистическом бизнесе могут быть чреваты далеко не прибыльными последствиями.

Успех любой компании, а в частности той, которая занимается логистическими услугами, определён её способностью вовремя реагировать на запросы клиентов. А чтобы быть принятой рынком, обязательно удовлетворять спрос покупателей, который зачастую не ограничивается только лишь товаром. Для определения успеха и эффективности функционирования предприятия на современном рынке были выделены показатели качества в логистических компаниях, среди которых основополагающими являются следующие:

– Надёжность (соблюдение договорных обязательств – выполнение заказа в оговоренный срок, нужного качества и в нужном месте);

– Доступность (наличие условий для оказания услуг, требуемых клиентом, в подходящее время, в подходящем месте и по разумной цене);

Но и есть те, к которым наименее эффективно применим метод экспертных оценок:

– Компетентность (владение персоналом определенными навыками и знаниями для минимизации или исключения риска для клиента);

– Взаимопонимание (явный интерес к покупателю и его потребностям);

– Гибкость (способность учитывать пожелания клиента, изменение параметров заказа и его возможная отмена);

– Осязаемость (окружение, в котором находятся услуги – интерьер, внешний вид работников) [2, с. 43-44].

В современном мире всеобщей глобализации поставщики логистических услуг стали более зависимыми от предпринимательской интуиции, им необходимо понимать, знать и чувствовать своих клиентов, а иногда и предугадывать желания. Компании, предоставляющие логистические услуги, ориентированы на собственных клиентов, а это значит, что нужно считать приоритетом желания заказчика и должным образом реагировать.

Необходимый уровень качества может определяться при помощи маркетинговых исследований, но для начала компании следует определить, какие цели она будет преследовать на рынке, разработать маркетинговую стратегию, выбрать целевую аудиторию. При условии, что клиенты желают постоянного повышения качества услуг необходимо помнить – нескончаемое повышение качества обслуживания не является возможным. Компании следует выбрать для себя более выгодные пути.

Среди требований, которые могут быть предъявлены потребителями услуг логистических компаний, использующих различные виды транспорта, являются следующие: сохранность перевозимых грузов; соблюдение сроков доставки согласно договору; доступность логистической услуги по различным признакам (информационный, географический и т.д.); гибкость тарифов в зависимости от требований услуг; возможность осуществления мультимодальных перевозок; обеспечение экологической безопасности при осуществлении перевозки; культура предоставления услуги [5, с. 24-25].

Оказание услуги, то есть удовлетворение нужд кого-либо, определяется как сервис. Сервис в логистической области связан с распределительным процессом и представляет собой комплекс услуг, которые оказывают в процессе поставки товара клиенту [6, с. 109]. Уровень логистического сервиса или уровень логистического обслуживания является основным критерием, позволяющим оценивать сервис как со стороны поставщика, так и со стороны клиента. До заказа услуги, клиенты уже имеют представление о том, что поставщик может им предложить. Поэтому качество логистического сервиса воспринимается клиентом как разница между воспринимаемым сервисом и ожиданием [7, с. 332-333].

Уровень логистического обслуживания – характеристика соответствия фактических значений показателей качества и количества логистических услуг плановым или теоретическим значениям данных показателей. Для расчёта логистического обслуживания (сервиса) обычно используют формулу:

$$Y = \frac{m}{M} * 100\%$$

Где Y будет иметь значение «уровень логистического обслуживания», m – «количественная величина фактически выполненной услуги», M – «количественная величина выполнения услуги по плану».

Кроме того, уровень логистического обслуживания (сервиса) можно оценить, сопоставляя время на выполнение фактически оказанных логистических услуг в процессе поставки со временем, которое может потребоваться для затраты в случае оказания всего комплекса возможных услуг во время этой же поставки. Используется следующая формула:

$$Y = \frac{\sum_1^n t_i}{\sum_1^N t_i}$$

Где Y – «уровень логистического обслуживания (сервиса)», n и N являются фактическим и теоритическим количеством услуг, а t_i – время на оказание i -той услуги [3, с. 241].

Каждая существующая логистическая компания – это особый механизм, имеющий свои особенности и средства достижения целей. Довольно редко можно встретить компанию, которая оказывает услугу в чистом виде. Услуге, как товару, необходимо придать такие свойства, которые будут отвечать запросам клиента и отличаться от услуги конкурента. Поскольку привлечение новых клиентов может быть намного затратнее, чем удержание прежних, компании используют различные методы, как например развитие логистического сервиса и повышение качества обслуживания, для поддержания лояльности клиента [3]. Во время осуществления логистического сервиса необходимо достичь одного из основных принципов логистики – высокого экономического эффекта, реализация которого возможна при высоком качестве обслуживания.

Проблема качества цепи поставок, как части деятельности логистических компаний, не является достаточно изученной. В целом, оценка качества цепи поставок предполагает выявление и оценку характеристик, которые являются определяющими в способности цепи быстрее, лучше и значительно дешевле, чем у конкурентов, удовлетворять потребности клиентов [1, с. 46]. Одной из целей участников цепи поставок считается достижение основных и целевых показателей эффективности цепи поставок в целом. Управление цепями поставок подразумевает использование ключевых бизнес-процессов, которые начинаются от конечного пользователя и охватывают всех поставщиков товаров и услуг. Качество в цепях поставок – важный фактор, так как эффективность цепи определяется её наиболее слабым звеном. Следовательно, управление качеством цепи поставок является скоординированной деятельностью, которая направлена на удовлетворение требований к качеству цепи (доставка товара надлежащего качества в нужное время, в нужном количестве, оговоренное место и с наименьшими затратами).

К основным задачам по управлению качеством цепи поставок относятся: организация работ по созданию качественной цепи поставок; соответствие качества цепи поставок заявленным требованиям; проведение работ по мониторингу показателей качества; совершенствование деятельности по управлению цепью поставок [1, с. 48].

Для поддержания уже установившегося уровня обслуживания компании проводят мониторинг за конкурентами, собственной ресурсной базой, исполнением заказов. В логистических компаниях перед работниками руководство ставит некоторые цели в сфере контроля качества: выполнение пунктов заказов потребителей, контроль за временем поставки, контроль требований, которые могут предъявляться к системе обслуживания. Их реализация возможна при упорядоченной логистической системе, которая предполагает взаимодействие сотрудников компании по обеспечению качества услуг, которые они оказывают клиентам.

При конкуренции компаниям часто приходится не только сохранять действенный уровень сервиса, но и быть способными превысить существующую планку. В экономическом смысле из этого следует, что конкурентная борьба обеспечивает улучшение качества логистического сервиса, а так же способствует процветанию компании.

Удовлетворенность клиентов зависит от различных факторов, таких как воспринимаемое качество обслуживания клиентов, настроение, эмоции, социальное взаимодействие, опыт клиентов ассоциированных компаний и других конкретных субъективных факторов. Кроме того, необходимо иметь в виду, что удовлетворенность клиентов качеством обслуживания, не объективная оценка реальной ситуации, а элемент эмоциональной природы. Удовлетворение ожиданий клиента, как правило, рассматривается как позитивный взгляд клиента о службе после службы осуществляется. Другими словами, это оценка результатов процесса [7, с. 333].

В целом, качество обслуживания может быть определено как услуга, которая должна соответствовать ожиданиям клиентов и для удовлетворения потребности и требования заказчика.

Список используемых источников:

1. Антипов Д.В., Франковская Е.Г. Оценка качества цепи поставок // Вектор науки ТГУ. Специальный выпуск № 1. 2010. С. 45-48.
2. Бочарова Ю.О. Развитие логистического сервиса как фактор повышения конкурентоспособности организации // Социально-экономические явления и процессы. 2013. №5 (051). С. 43-47.
3. Кулибанова В.В. Прикладной маркетинг. М.: ОЛМА-ПРЕСС Инвест, 2002. 272 с.
4. Хаирова С.М. Всеобщее управление качеством и современные логистические технологии при формировании региональной транспортной системы // Сибирский торгово-экономический журнал. 2013. № 1 (17). С. 110-121.
5. Чернышова И.А. Сервис на транспорте. Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2011. 102 с.
6. Якунина Ю.С. Логистические услуги: особенности и специфика в условиях российского рынка // Экономика и право // Вестник удмуртского университета. 2014. Т. 24. Вып. 4. С. 107-112.
7. Ieva Meidutė-Kavaliauskienė, Artūras Aranskis, Michail Litvinenko Consumer satisfaction with the quality of logistics services // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 110 (2014). P. 330-340.