

Лысяков Сергей Петрович

магистрант

Шилоносова Наталья Васильевна

канд. экон. наук, доцент, преподаватель

Высшая школа экономики и управления

ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный
университет (НИУ)»

г. Челябинск, Челябинская область

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА КАЧЕСТВО ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАКАЗОВ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ

***Аннотация:** в работе приведены данные о результатах анкетирования студентов. Исследованы ответы по факторам, связанным с увеличением качества услуг пассажирского транспорта (такси). Установлено, что клиенты предпочитают качественное оказание услуг за конкурентоспособную (низкую) цену с низкими временными и затратами, комфортную и безопасную поездку с возможностью несколькими способами оплаты.*

***Ключевые слова:** анкетирование, анкета, услуга, студенты, клиенты, такси, мужчины, женщины.*

Сфера услуг является одной из перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики. Сегодня уже практически не осталось организаций, которые в той или иной степени не оказывали бы услуги, или, по крайней мере, не соприкасались бы с ними [2].

Услуга – это вид деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Другими словами – это благо, предоставляемое не в материальной форме, а в форме деятельности. То есть само оказание услуг создает желаемый результат.

Инновации предназначены для оказания услуг, которые будут удовлетворять разнообразные индивидуальные и общественные потребности. Однако сами инновации непосредственно удовлетворяют социальные потребности (экономические, технологические и трудовые, необходимые для жизнеобеспечения общества в целом, производственных и индивидуальных потребителей) [3].

Основные уровни обслуживания и факторы, формирующие качество услуг

Назначение услуги – способность услуги удовлетворять базовые и дополнительные потребности клиента. Базовый уровень обслуживания – это минимальный уровень качества обслуживания и функционала, который предоставляется всем клиентам компании.

Качественное оказание услуг должно быть приоритетным значением для всех компаний. Потому что если качество услуги не будет в должной мере соответствовать цене, то любая деятельность обречена на провал следующая принципу: «Оказания услуг с низким качеством и завышенной ценой».

Второй уровень обслуживания – это услуги с добавленной стоимостью, т. е. качество, основано на субъективном восприятии потребителя, на индивидуальных запросах конкретного клиента. Степень удовлетворения будет в свою очередь зависеть от того, как потребитель сформировал свои ожидания относительно: стоимости услуги, сроков и альтернативности выбора, последствий и частоты отказа от приобретения, частоты закупки, степени риска, новизны услуги, а также индивидуального опыта потребителя. При этом существенную роль играет вера потребителя в то, что предложение услуги удовлетворит его потребности и ожидания [1].

Рассмотрим факторы, формирующие качество услуг:

1. Качество продукции, используемой для предоставления услуги, оказывает существенное влияние на качество услуги. При оказании услуги применяются самые разные виды продукции: сырье, материалы, комплектующие изделия, полуфабрикаты, готовая продукция;

2. Качество производственных процессов. Предприятия сферы услуг в процессе обслуживания могут использовать продукцию собственного производства, готовые (покупные) товары или их комплекс. В зависимости от этого на качество услуг могут влиять производственный и/или обслуживающий процессы. При наличии собственной продукции в числе формирующих факторов будет производственный процесс, который обязательно дополняется процессом обслуживания. При отсутствии собственной продукции формирующим фактором является только обслуживающий процесс. Поэтому качество производственных процессов относится к числу возможных, но не обязательных формирующих факторов;

3. Существенное влияние на качество производственных процессов и услуги оказывает также качество оборудования. Оборудование с высоким уровнем автоматизации способно обеспечить гарантированное качество услуги, при этом снижается вероятность отрицательного воздействия производственного персонала в силу ряда субъективных факторов;

4. Качество труда обслуживающего персонала. Показателями качества труда обслуживающего персонала являются время обслуживания клиента, время ожидания предоставления услуги и/или ее конечного результата, полнота и достоверность предоставления информации об услуге, соблюдение установленных сроков и др. Перечисленные показатели являются количественными и достаточно легко измеримы. Наряду с ними могут применяться и качественные показатели: комфортабельность обстановки, эстетичность приемов при оказании услуги.

Анализ качества оказания услуг пассажирского транспорта (такси)

Основными факторами, определяющими успешность предпринимательства в сфере услуг, являются поиск и использование данных относительно клиентов для дальнейшего планирования развития бизнеса, а также разумная обратная связь между потребителями и работниками организации.

В сфере услуг клиентские выгоды и самоудовлетворение нужд потребителей в основном происходят в момент двустороннего взаимодействия покупателя

и продавца в процессе оказания услуги. Поэтому наиболее простой способ управления качеством услуг – это создание диаграммы связанных с факторами оказания услуг.

После выделения наиболее важных факторов оказания услуг пассажирского транспорта (такси) была составлена анкета, с помощью которой проведено исследование всех факторов. В исследовании принимали участие студенты с очной формы обучения 1 курса магистратуры ЮУрГУ. На вопросы отвечало 42 респондента. 17 вопросов было с закрытой формой ответа, из которых нужно выбрать 1 ответ, на 11, из которых нужно было дать положительный или отрицательный ответ. Результаты получены следующие.

На первый вопрос: «Каким видом транспорта Вы обычно отдаете предпочтение?», были получены следующие ответы: в большинстве случаев магистры отдают предпочтение общественному транспорту (70,7%), 28,8% респондентов чаще пользуются личным транспортом, и всего 2,5% опрошенных чаще всего пользуются услугами такси.

Результаты ответа на второй вопрос: «Куда Вы обычно ездите, используя транспорт?», следующие: 57,5% из опрошенных респондентов используют транспорт для поездки на работу, 30% студентов обычно используют транспорт для поездки на учебу и остальные респонденты используют транспорт для других нужд. Это объясняется тем, что магистрам приходится совмещать работу с посещениями университета.

Результаты анкетирования третьего вопроса: «Как часто Вы пользуетесь услугами такси?», следующие: 43,9% опрошенных пользуются услугами такси 1–2 раза в месяц, 24,4% несколько раз в неделю, остальные очень редко. Данные результаты обосновываются тем, что в большинстве случаев студенты пользуются услугами такси, тогда, когда нет возможности поехать на общественном транспорте.

На четвертый вопрос: «В какое время суток Вы обычно пользуетесь услугами такси?», получены следующие ответы: чаще всего услугами такси

пользуются вечером (45%) или ночью (32,5%), реже пользуются утром (12,5%) и днем (10%). В большей степени это связано с режимом работы общественного транспорта.

На пятый вопрос: «В какие дни Вы чаще всего пользуетесь услугами такси?», были получены следующие ответы: 37,5% опрошенных чаще всего пользуются услугами такси в будние дни, 30% в выходные дни, 27,5% когда не получается или не выгодно пользоваться личным транспортом, и только 5% респондентов обычно пользуются услугами такси в праздничные дни.

На шестой вопрос: «Заказывали ли Вы такси с помощью соответствующих приложений?». Положительно ответило 70,7% респондентов. Высокий процент объясняется тем, что студенты чаще, чем взрослые пользуются различными приложениями.

На седьмой вопрос: «Является ли для Вас цена поездки ключевым фактором при заказе такси?» положительно ответило 73,2% респондентов. Объясняется это тем, что даже если студенты пытаются совмещать работу и учебу, из-за отсутствия опыта в работе не получают высокие зарплаты, чтобы не задумываться о цене поездки или выбирать более дорогостоящую компанию.

На восьмой вопрос: «Является ли для Вас скорость подачи транспортного средства ключевым фактором при заказе такси?» положительно ответило 82,9% студентов. Время для многих людей является большой ценностью.

На девятый вопрос: «Является ли для Вас классификация автомобилей ключевым фактором при заказе такси?» были получены следующие ответы: «Да» ответило 24,4%, а «Нет» ответило 75,6% опрошенных. Данный вопрос напрямую связан с седьмым вопросом. И в большинстве случаев для тех людей, кому не важна цена при заказе такси, ключевым фактором является классификация автомобилей.

На десятый вопрос: «Является ли для Вас наличие скидок и бонусов ключевым фактором при заказе такси?» положительно ответило 56,1% студентов.

Возможно, при заказе некоторых служб заказа такси низкая цена обеспечивается наличием скидок и бонусов.

На одиннадцатый вопрос: «Является ли для Вас техническое состояние транспортного средства ключевым фактором во время поездки?» положительно ответило 68,3% респондентов. Это говорит о том, что многим людям важен как комфорт во время поездки, так и безопасность поездки.

На двенадцатый вопрос: «Является ли для Вас стиль вождения ключевым фактором во время поездки?» получены следующие ответы: «Да» ответило 56,1%, «Нет» ответило 43,9% студентов. Данный результат объясняется тем, что некоторые люди не любят когда таксисты нарушают правила дорожного движения различным способом.

На тринадцатый вопрос: «Является ли для Вас ключевым фактором, курит водитель во время поездки или нет?» получены следующие ответы: «Да» ответило 56,1%, «Нет» ответило 43,9% респондентов. В большинстве случаев «Да» на этом вопрос отвечают люди, которые сами не курят.

На четырнадцатый вопрос: «Важно ли для Вас качественное оказание услуг (быстрая подача другого транспортного средства) во время форс-мажорных ситуаций (ДТП или поломок транспортного средства)?» положительно ответило 92,7% студентов, потому что мало кому хочется терять время на решения ситуаций с ДТП или ждать пока водитель починит автомобиль.

На пятнадцатый вопрос: «Является ли важным для Вас наличие различных способов оплаты за поездку (оплата наличными, безналичный расчет, оплата с помощью бонусов)?» положительно ответил 61% студентов. В любом случае если у компании несколько способов оплаты это большой плюс.

На шестнадцатый вопрос «Важно ли для Вас СМС со словами благодарности, за выбор той или иной компании, после поездки?» получены следующие ответы: «Да» ответило 22% опрошенных, «Нет» 78%. Это говорит о том, что для большинства людей главное, чтобы просто поездка прошла хорошо.

На семнадцатый вопрос: «Какой службе заказа такси Вы отдаете предпочтение?», который был открытым, и респонденты могли указать свои варианты, получены следующие ответы: «Uber» 25%; «Gett» 20,6%; Лидер 17%; Максим 13,4%; другие варианты 24%.

Из восемнадцатого вопроса было выяснено, что среди опрошенных больше всего было девушек.

Из девятнадцатого вопроса было выяснено, что возраст респондентов составлял от 20 до 30 лет.

Был проведен сравнительный анализ ответов по гендерному признаку, которые непосредственно связан с качеством оказанием услуг пассажирских перевозок (такси). Представляется важным, что клиент, в зависимости от половой принадлежности, по-разному обращает внимание на выбор той или иной компании, во время поездки и после поездки, для этого рассмотрим вопросы с 7 по 16 включительно. Данный сравнительный анализ приведен в таблице.

Таблица 1

Сравнение результатов анкетирования с 7 по 16 вопрос, %

№	Вопрос	Мужчины	Женщины	Абсолютное отклонение
7	Является ли для Вас цена поездки ключевым фактором при заказе такси?	67	78	+11
8	Является ли для Вас скорость подачи транспортного средства ключевым фактором при заказе такси?	80	85	+5
9	Является ли для Вас классификация автомобиля ключевым фактором при заказе такси?	33	19	-14
10	Является ли для Вас наличие скидок и бонусов ключевым фактором при заказе такси?	60	56	-4
11	Является ли для Вас техническое состояние транспортного средства ключевым фактором во время поездки?	60	74	+14
12	Является ли для Вас стиль вождения ключевым фактором во время поездки?	47	63	+16
13	Является ли для Вас ключевым фактором, курит водитель во время поездки или нет?	60	56	-4
14	Важно ли для Вас качественное оказание услуг (быстрая подача другого	86	96	+10

	транспортного средства) во время форс-мажорных ситуаций (ДТП или поломок транспортного средства)?			
15	Является ли важным для Вас наличие различных способов оплаты за поездку (оплата наличным, безналичным расчетом, оплатой с помощью бонусов)?	53	63	+10
16	Важно ли для Вас СМС со словами благодарности, за выбор той или иной компании, после поездки?	20	26	+6
	Итого			+50

Из таблицы 1 видно, что в большинстве вопросов наблюдается сходство. Приняв 10% как нормальное отклонение, в 6 из 10 вопросов отклонение минимально. Таким образом, согласие между мужчинами и женщинами заключается в следующем:

1. Скорость подачи транспортного средства необходима для оказания качественной услуги.
2. Необходимо наличие скидок и бонусов.
3. Необходимо указывать какой водитель будет оказывать услуги курящий или нет.
4. Быстрая подача другого транспортного средства при ДТП или поломках, является ключевым фактором при оказании услуги.
5. Наличие нескольких способов оплаты.
6. Не обязательны СМС со словами благодарности.

Что касается различий между мужчинами и женщинами, то они происходят в 4 вопросах, то есть в 40% от общего числа, причем 3 из них имеют положительное отклонение, а 1 вопрос – отрицательное. Перечислим следующие различия:

1. При заказе такси девушки больше внимание обращают на цену поездки, чем мужчины.
2. Для мужчин важнее классификация автомобилей, чем девушкам.
3. Такой ключевой фактор, как состояние транспортного средства для девушек важнее, чем для мужчин.

4. Девушки больше внимания уделяют такому фактору как стиль вождения водителя, чем мужчины.

Таким образом, проведенное исследование позволило выяснить, что служба заказа такси для поддержания высокого качества нужно сделать упор на следующие факторы: цены на услуги, скорость подачи транспортного средства, скидки и бонусы, техническое состояние транспортного средства, тщательный подбор водителей, возможность форс-мажорных обстоятельств, наличие нескольких способов оплаты.

Список литературы

1. Бауэрсокс Д.Дж. Логистика: интеграционный анализ [Текст]: Учебник / Д.Дж. Бауэрсокс, Д.Дж. Клосс; пер. с англ. Н.Н. Барышникова, Б.С. Пинскера. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 640 с.

2. Абрамов С.С. Оценка качества услуг с учетом позиции потребителя / С.С. Абрамов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/otsenka-kachestva-uslug-s-uchetom-pozitsii-potrebitelya>

3. Кожушко Е.М. Качество, стандарты обслуживания как фактор инновационной привлекательности / Е.М. Кожушко, А.В. Плаксина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-standarty-obsluzhivaniya-kak-faktor-investitsionnoy-privlekatelnosti>