

Кулакова Оксана Владимировна

магистрант

ФГБОУ ВО «Уральский государственный
университет путей сообщения»

г. Екатеринбург, Свердловская область

ВНЕДРЕНИЕ ПРОГРЕССИВНЫХ МЕТОДОВ РАБОТЫ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ ПАССАЖИРОВ В ПОЕЗДАХ ДАЛЬНОГО СЛЕДОВАНИЯ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрены способы и проблемы оптимизации численности обслуживающего персонала в поездах дальнего следования.*

***Ключевые слова:** прогрессивные методы работы, обслуживание пассажиров, повышение производительности труда, клиенториентированность.*

«В современных реалиях основным вектором ведения бизнеса для многих компаний становится не столько быстрое получение прибыли, сколько развитие долгосрочных, взаимовыгодных отношений с клиентом» – поделился с читателями газеты «Гудок» заместитель Генерального директора АО «Федеральная пассажирская компания» Станислав Зотин. Поэтому одним из приоритетных направлений деятельности пассажирской Компании является развитие внутренней клиенториентированности персонала и повышение через данные компетенции не только качества оказанных услуг, но и производительности труда. В настоящее время вопрос выполнения и повышения производительности труда в сфере пассажирских перевозок остается актуальным, а результаты его исследования – это новые предложения и проекты по внедрению прогрессивных методов работы поездных бригад.

Проблема повышения производительности труда при реализации услуг по обслуживанию пассажиров достаточно плодотворно рассматривается в АО «Федеральная пассажирская компания», проводятся тестовые поездки поездных бригад в условиях оптимизации численности бригады, опросы пассажиров и обслуживающего персонала об удовлетворённости предложенным сервисом и

условиях труда. Пилотный проект оптимизации и усовершенствования методов обслуживания назван проектом «Бригада» и реализуется в настоящее время на полигонах нескольких филиалов АО «ФПК».

Цель проработки пилотного проекта «Бригада» – установление максимально эффективного норматива обслуживания пассажирских вагонов на локомотивной тяги и внедрения принципиально новой идеологии «Проводник для пассажира, а не для вагона». При этом основными задачами является не только повышение производительности труда, но и выход на более высокий уровень обслуживания пассажиров, заинтересованность работников в увеличении доходов Компании и в повышении рентабельности работы пассажирских поездов дальнего следования.

Не будем забывать о техническом прогрессе в вагоностроении, который дал мощный импульс для решения вопросов оптимизации труда поездных бригад пассажирских поездов. Автоматизация многих процессов по поддержанию комфортных условий проезда в пассажирских вагонах поездов дальнего следования позволяет перейти с нормы обслуживания 2 проводника на 1 вагон на норматив 2 проводника на 2 вагона.

Результаты реализации пилотного проекта не заставили себя долго ждать. Уже с первых тестовых поездок были вскрыты основные преимущества и недостатки перехода на новый норматив и уровень обслуживания. Положительный экономический эффект, достигнутый в первые отчётные периоды реализации проекта, оптимизм избранных для проекта поездных бригад и огромное желание усовершенствовать методы обслуживания «приговорили» проект на дальнейшее существование и поставили новые цели для исключения негативных моментов при прогрессивных методах обслуживания.

Благодаря высокой степени внутренней и внешней клиентоориентированности, а также направленности руководства АО «ФПК» на удовлетворение ожиданий, как пассажиров, так и обслуживающего персонала, на поверхность вынесены отрицательные результаты, проведен анализ причин отклонения результатов от поставленных задач, разработаны корректирующие мероприятия.

Основным барьером для внедрения новых нормативов обслуживания стала неготовность аутсорсинговых компаний стабильно выделять квалифицированный персонал для обеспечения качественной уборки и экипировки вагонов в пути следования. Отсутствие опыта работы клининговых организаций в таких условиях и ценовая конкуренция, созданная на базе аукционов, сделали свое дело при реализации пилотного проекта.

Чтобы внести ясность и раскрыть суть проекта «Бригада» поспешу посвятить Вас в его детали. Техническое оснащение современного подвижного состава для обеспечения пассажирских перевозок в дальнем следовании и развитие инфраструктуры железнодорожного транспорта уже сейчас позволяет обслуживать вагоны меньшим количеством проводников. В это же время уровень ожидаемого сервиса со стороны пассажиров требует постоянного присутствия проводника в вагоне для оказания услуг, реализации необходимых в пути товаров и обеспечения гарантированным питанием. Для взаимоувязки идеологии «Проводник для пассажиров, а не для вагона» с сокращением численности поездной бригады в технологическую инструкцию проводника пассажирского вагона внесены изменения – исключены работы, связанные с внутренней уборкой и экипировкой. Для соблюдения санитарных правил, выполнения операций связанных с обеспечением экипировки вагонов в пути следования задействованы работники клининговой компании. Контроль за качеством их работы и своевременным проведением обработки и дезинфекции помещений вагона осуществляют проводники поездной бригады и начальник пассажирского поезда. При этом один проводник обслуживает одновременно пассажиров двух смежных вагонов и вниманием не должен быть обделён ни один пассажир. Обеспечить безопасную посадку и высадку, рассказать каждому клиенту об особенностях поезда, о перечне и уровне предоставляемых услуг, традиционно предложить и разнести горячий чай, застелить и поправить белоснежные постели, вовремя предоставить гарантированные рационы питания и обеспечить комфортную температуру даже для самого капризного клиента, создать доброжелательную атмосферу и оставить

наилучшие впечатления от поездки – вот основная задача современного проводника пассажирских вагонов.

Но, вернемся обратно к факторам, сдерживающим развитие проекта «Бригада» и распространение его по всей сети АО «ФПК». Присутствие одного проводника сразу в двух вагонах невозможно. Встает проблема своевременного предоставления сервисных услуг пассажирам в разных вагонах. Представьте себе такую ситуацию: вы захотели прохладной минеральной воды, проследовали в служебное купе проводника... а его там нет. Нет проводника – нет воды. Вы ни с чем возвращаетесь на свое место. Ваши ожидания не оправдались, вы уже недовольны в глубине души таким сервисом. Особенно досадно видеть табличку на двери закрытого купе «Проводник в соседнем вагоне». Переходить через заснеженные переходные площадки между вагонами тоже для вас не лучший вариант как для потребителя сервисных услуг. «Да ну её эту воду! Из принципа теперь покупать её не буду!» – поворчите вы и оставите мысль о немедленном утолении жажды.

Да уж! Выходит прогрессивные методы обслуживания не обеспечат удовлетворение ожиданий клиентов и эффект будет замечен только в экономических показателях? При этом неудовлетворенность клиентов сервисом несёт риски потери этих клиентов. И не только... Потеря выручки от продажи чайной и сувенирной продукции – скажется на доходах предприятия. Для решения данной проблемы снова проведен мониторинг мнений пассажиров, проанализированы пожелания и отзывы о новшестве в нормативах обслуживания работников поездных бригад, вовлеченных в проект. Современным методам работы – современные условия и ресурсы! Применение гаджетов, адаптированных под использование в пути следования для вызова проводника в нужное купе или оформление заказа на доставку питания может стать решением в поисках инструмента для своевременного реагирования на запросы клиентов. Дополнительные затраты на единократное оснащение и адаптацию гаджетов в пассажирских поездах окупятся положительными отзывами о сервисных услугах и притоком любопытных

клиентов, а также внесут весомый вклад в формирование имиджа АО «ФПК», как современной и прогрессивной Компании.

Пилотный проект «Бригада» в настоящее время продолжает свою реализацию под пристальным вниманием компетентных специалистов и топ-менеджеров, требует непрерывной направленности на положительный результат, как в экономических, так и в качественных показателях. Молодая, перспективная, динамично развивающаяся пассажирская компания выбрала правильный вектор совершенствования своего продукта и эффективные методы его продвижения.