

Ермак Екатерина Сергеевна

Студентка

Научный руководитель

Селина Ольга Викторовна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный

университет путей сообщения»

г. Екатеринбург, Свердловская область

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ И ДОХОДНОСТИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ВОКЗАЛОВ

Аннотация: клиентоориентированность лежит в основе повышения доходности железнодорожных вокзалов. Современные экономические отношения делают понятия клиентоориентированности и доходности железнодорожных вокзалов неразрывными, тесно связанными друг с другом. Статья посвящена изучению инструментов повышения клиентоориентированности и доходности железнодорожных вокзалов.

Ключевые слова: железнодорожные вокзалы, доходность, повышение клиентоориентированности.

В основе доходности железнодорожных вокзалов можно выделить трафик пассажиро- и грузопотоков, тарифы на провоз грузов и цены на билеты для пассажиров. Как относительный показатель доходность железнодорожных вокзалов можно отразить отношением доходов к площади вокзалов, количеству мест в вокзалах, в расчете на одного работника вокзала и т. д.

Любая поездка железнодорожным транспортом начинается и завершается вокзалами. Несомненно, что инфраструктура, внешний вид, оснащенность, наличие точек обслуживания в вокзалах играют роль в уровне доходов. Но, чтобы данные элементы вокзалов могли приносить доход необходимо обеспечить соответствующий трафик, количество пассажиров, проходящих через вокзал.

В современной практике повышения доходности железнодорожных вокзалов большой акцент на применении инновационных технологий, улучшения материальной оснащённости вокзалов, информатизации обслуживания клиентов, повышении скорости составов, их комплектации.

Небольшое количество видов транспорта в перевозках пассажиров по стране оставляет небольшое поле для конкуренции с учетом больших различий и возможностей железнодорожного, воздушного, автомобильного, речного и морского перемещения пассажиров. Однако, в условиях кризисов, неблагоприятной экономической обстановки соотношение цена-качество начинает играть все большую роль в выборе вида транспорта.

Качество перевозок, а соответственно и уровень доходности железнодорожных вокзалов напрямую зависят от клиентоориентированности вокзалов, как узловых центрах приема пассажиров. Клиентоориентированность – это ориентация на клиентов, способность и степень вокзалов реагировать на нужды и потребности пассажиров, на изменения в их вкусах и предпочтениях.

В составе данной категории выделяют следующие элементы [3] (см. рис. 1).

Рост прибыли за счет ориентации на клиента		
Лучшее понимание потребностей клиента	Максимальное удовлетворение клиентов	Формирование долгосрочных отношений с клиентами

Рис. 1. Составляющие категории клиентоориентированность

Можно сказать, что инструменты повышения клиентоориентированности и доходности железнодорожных вокзалов имеют причинно-следственную связь. Чем выше уровень клиентоориентированности вокзалов, тем выше уровень доходности железнодорожных вокзалов. Никакая суперсовременная инновационная «начинка» железнодорожных вокзалов без роста количества пассажиропотоков не сможет способствовать росту доходности вокзалов. Так, ОАО «РЖД» постепенно внедряет отдельные автоматизированные системы на транспорте направленные на клиентоориентированность с помощью применения мобильных технологий [1], за счет данных систем осуществляется попытка повысить

качество и продуктивность оказываемых услуг за счет ориентации на индивидуальные потребности клиентов, в частности в сфере грузоперевозок [4].

Поэтому стоит подробно изучить инструменты повышения клиентоориентированности как основного фактора доходности железнодорожных вокзалов.

Формальный подход к вопросу повышения клиентоориентированности как основного фактора доходности железнодорожных вокзалов, разделения клиентоориентированности на внутреннюю и внешнюю составляющую, их подробный анализ и классификации, безусловно, имеют определенное значение [2].

В структурах РЖД, на вокзалах, среди работников данных структур процесс внедрения элементов повышения клиентоориентированности как основного фактора доходности железнодорожных вокзалов носит медленный, инерционный характер.

Российские железные дороги имеют широкую разветвленную сеть, значительный подвижной состав, в большинстве случаев уровень цен на проезд железнодорожным транспортом гораздо более демократичен, чем на авиасообщениях. Отсюда возникает определенный гарантированный «минимум» пассажиропотока, а с учетом снижения доходов населения такой минимум только растет.

Массовый характер пассажирских перевозок РЖД практически нивелирует значение мнения отдельных клиентов. В российском обществе за прошедшие тридцать с лишним лет рыночных преобразований так и не сформировался полноценный, реальный клиентоориентированный способ оказания услуг в сфере железнодорожных перевозок.

Основным фактором такого положения вещей, по нашему мнению, является разная заинтересованность в удовлетворении клиентов разными категориями персонала железнодорожных вокзалов. Кассир, работающий по 10–12 часов за оплату труда, не превышающую средний уровень оплаты труда в регионе, вряд ли будет более лоялен к клиентам в отличие от топ-менеджеров РЖД с многомиллионными зарплатами.

Условия и уровень оплаты труда работников железнодорожных вокзалов наиболее близких к пассажирам зачастую не мотивируют их высокий уровень клиентоориентированности. Здесь возникает парадокс: растут уровень технологичности, инновационности, комфортности железнодорожных перевозок при том же уровне обслуживания клиентов.

Если с инструментами повышения доходности железнодорожных вокзалов за счет материально-вещественных факторов все ясно и прозрачно, то с вопросом повышения клиентоориентированности, как основного фактора доходности железнодорожных вокзалов дело немного сложнее.

К основным инструментам повышения клиентоориентированности как основного фактора доходности железнодорожных вокзалов стоит отнести:

- формирование гибкой и рациональной системы оплаты и стимулирования труда работников вокзалов, основанной на мнении пассажиров и клиентов;
- создание лучших условий труда и отдыха работников вокзалов, непосредственно вступающих в контакт с клиентами, пассажирами;
- разработка эффективных программ обучения и повышения квалификации работников вокзалов, непосредственно вступающих в контакт с клиентами, пассажирами работе с клиентами, удовлетворению их потребностей.

Список литературы

1. Дороничев А.В. Автоматизированная система на транспорте направленная на клиентоориентированность с помощью применения мобильных технологий / А.В. Дороничев, Е.А. Селина // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – №28. – С. 1134–1138.
2. Иванова Е.А. Клиентоориентированность и управление качеством транспортного обслуживания пассажиров / Е.А. Иванова, В.А. Шлеин // Экономика железных дорог. – 2020. – №3. – С. 50–59.
3. Лужнова Н.В. Клиентоориентированность: понятие, сущность, подходы к пониманию / Н.В. Лужнова, К.В. Рухлин // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №6–2. – С. 35–37.

4. Сущенко А.Э. Клиентоориентированность как одна из главных стратегий логистики ОАО «РЖД» / А.Э. Сущенко // Студенческий электронный научный журнал. – 2018. – №11 (31).