

УДК 339.137.2

***ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ
СФЕРЫ ОКАЗАНИЯ МЕТРОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ***

Бублиеннова О.В.

студентка магистратуры,

*ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и
строительства»,*

Пенза, Россия

Макарова Л.В.

к.т.н., доцент,

*ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и
строительства»,*

Пенза, Россия

Аннотация

Основой обеспечения устойчивой и эффективной работы предприятия в условиях рынка служит конкурентоспособность, а значит стабильность требуемого качества оказываемой услуги. Успех работы предприятия может быть достигнут в случае построения своей производственной политики на базе потребностей потенциальных покупателей. В статье рассмотрена последовательность разработки корректирующих мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия (на примере деятельности ООО «РМЦ»).

Ключевые слова: метрологические услуги, потребительские предпочтения, конкурентоспособность

***INCREASE OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES IN THE
SPHERE OF METROLOGICAL SERVICES***

Bublienova O.V.

master student,

Penza State University of Architecture and Construction,

Penza, Russia

Makarova L. V.

PhD, Associate Professor,

Penza State University of Architecture and Construction,

Penza, Russia

Annotation

The basis for ensuring a stable and efficient work of an organization in a market is the competitiveness, and hence the stability of the required quality of the service provided. The success of the work of the organization can be achieved in the case of building its production policy based on the needs of potential buyers. The article considers the sequence of development of corrective measures aimed at increasing the competitiveness of the organization (for example, the activities of LLC "RMC").

Keywords: metrological services, consumer preferences, competitiveness

Тема качества обслуживания клиентов актуальна как никогда. Поддержание марки и клиентского сервиса на высоком уровне сегодня является одним из способов сохранения позиций на рынке.

В условиях нестабильности рынка и жёсткой конкуренции среди его игроков всё больший вес набирает такой инструмент влияния как качество обслуживания клиентов [1,2]. Ведь если клиенту понравилось качество обслуживания, то не исключено, что в следующий раз он обратится именно в эту же компанию.

Социостатистические данные лишь подтверждают эту закономерность. Так, по результатам опроса Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), 84% россиян отметили, что если им не понравилось, как их обслужили в компании, то они больше не пользуются их товарами или услугами. Ещё 80% признались, что для них важно, чтобы компания, в которой они приобретают товар или услугу, предпринимала действия для повышения

качества обслуживания клиентов. При этом 55% респондентов готовы платить дороже за продукты или услуги, если компания предоставляет качественное обслуживание. Получается, что уровень качества обслуживания клиентов в организациях для многих россиян имеет огромное значение, поэтому пренебрежительное отношение к этому компоненту работы — серьезное упущение со стороны компании. [3]

Сообщество в лице метрологических компаний также уделяет большое внимание качеству обслуживания клиентов, улучшает и совершенствует клиентский сервис.

Для решения задач, связанных с повышением качества обслуживания, на предприятиях используют большой арсенал различных инструментов качества.

Рассмотрим последовательность разработки корректирующих действий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия, путем анализа потребительских предпочтений.

В качестве объекта исследования для проведения анализа была выбрана компания ООО «Региональный центр метрологии» (ООО «РМЦ»), оказывающая услуги по техническому обслуживанию и поверке приборов, согласно области аккредитации.

В рамках проводимого исследования был осуществлен опрос клиентов ООО «РМЦ», заключивших договор на поверку средств измерений. Для проведения социального опроса была подготовлена анкета, позволяющая выявить предпочтения потребителей при оказании услуг по поверке средств измерений. Клиентам предлагалось выбрать предпочтительный вариант из предложенных. Все полученные данные систематизировались по каждому из предложенных критериев. Результаты анкетирования приведены в таблице 1.

Таблица 2 – Результаты анализа потребительских предпочтений

Основные вопросы		Пункты			
		1	2	3	4
1. Какой срок поверки для Вас	1. Не более 3-х дней	36			
	2. Неделя				5

более предпочтителен?	3. Месяц			5	
	4. Значения не имеет				4
2. Где, по Вашему мнению, должно располагаться предприятие, оказывающее услуги по поверке СИ	1. В центре города	40			
	2. На окраине города		5		
	3. Не имеет значения			5	
3. Имеет ли для Вас значение наличие парковочных мест рядом с предприятием	1. Да, стоянка должна быть вместительная	46			
	2. Да, но достаточно небольшой стоянки		4		
	3. Не имеет значения			0	
4. Удобно было ли Вам получать оповещения о сроках и месте и проведения поверки СИ	1. Да	50			
	2. Нет		0		
5. Каким способом Вы бы хотели получать оповещения	1. SMS-оповещение	19			
	2. Телефонный звонок		29		
	3. Официальное письмо			1	
	4. Электронное письмо				1

По результатам дальнейшего исследования было установлено, что наиболее значимым критерием, оказывающим влияние на удовлетворенность клиентов качеством обслуживания в ООО «РМЦ», является срок выполнения поверочных работ.

Данная проблема напрямую влияет на конкурентоспособную среду компании, так как из-за увеличения сроков оказания услуги, клиенты уходят на предприятия-конкуренты, тем самым доходность компании снижается.

Для выявления основных причин увеличения сроков поверочных работ была создана рабочая группа из представителей компании. Методом

«мозгового штурма» были выявлены все возможные причины указанной проблемы (таблица 2).

Таблица 1 – Возможные причины, влияющие на увеличение сроков поверки

Увеличение сроков поверки	
Отсутствие необходимого оборудования, эталонов, стандартных образцов	Несоблюдение требования НТД
Невнимательность сотрудника (поверителя)	Отсутствие денежных поступлений от Заказчика
Продолжительность рабочего дня	Потребность в ремонте поверяемого оборудования
Сезон работы	Периодичность контроля
Проблемы личного характера	Продолжительность перерывов в работе
Потребность в ремонте поверочного оборудования	Высота расположения поверяемых средств измерений
Отсутствие транспортного средства	Отсутствие медосмотра

Для проведения сопоставления достаточно большого количества разрозненных фактов была применена диаграмма связей. При этом для каждого из элементов было определено количество входов и выходов. Если отдельные элементы не имеют ни входящих, ни исходящих связей, то такая ситуация означает, что среди рассматриваемых элементов нет зависимых причин, либо следствий.

Диаграмма связей представлена на рисунке 1.

По результатам проведенных исследований установлено, что основной причиной влияющей на увеличение продолжительности проведения поверочных работ является невнимательность сотрудника (поверителя). Это может быть связано с высокой загруженностью персонала из-за увеличения количества клиентов (а, следовательно, увеличение рабочей смены) в определенные сезоны.

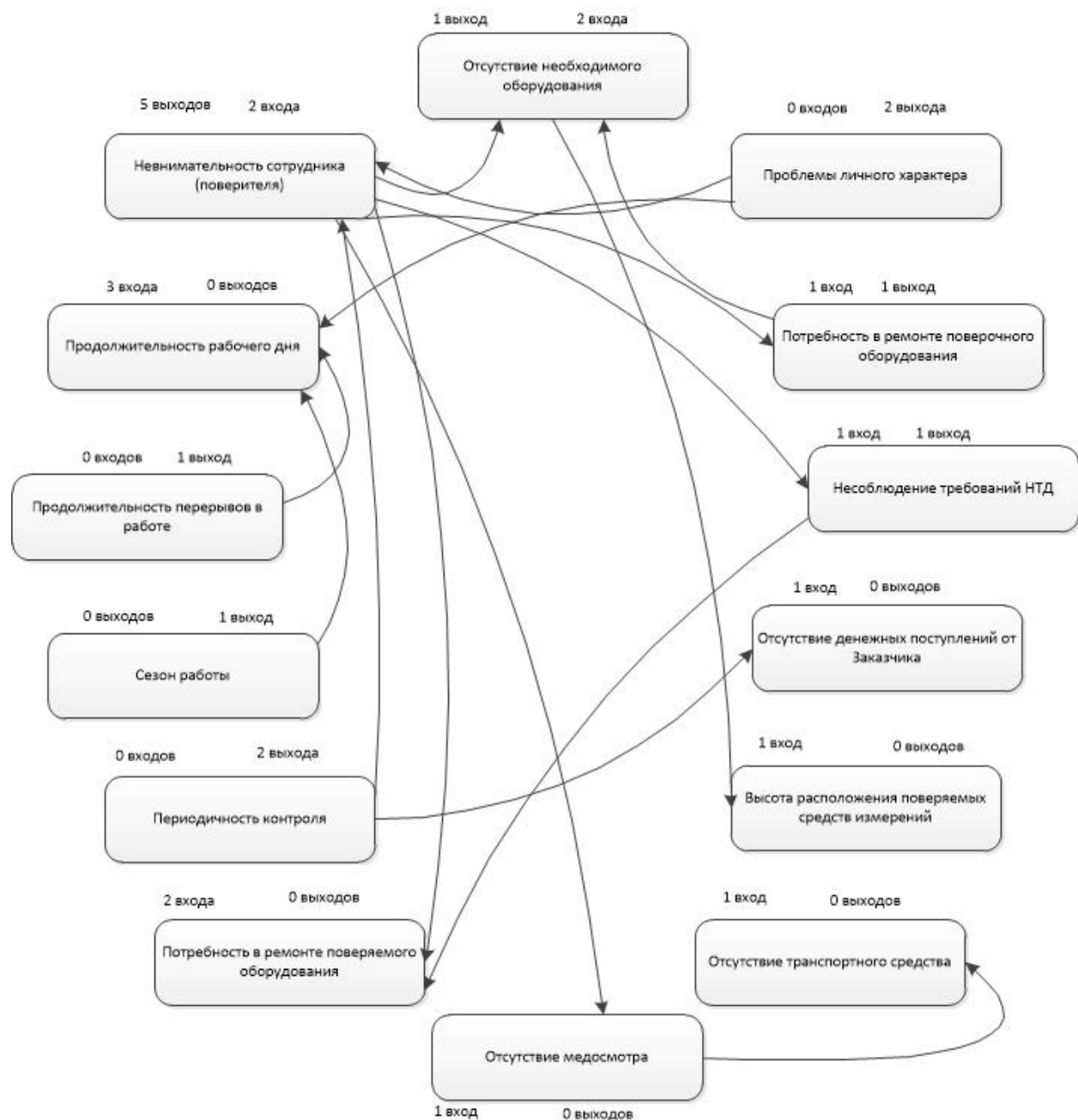


Рис.1. Диаграмма связей

Таким образом, к основным задачам, которые необходимо решить ООО «РМЦ», можно отнести повышение квалификации сотрудников, оптимизация логистики на предприятии, а также своевременное проведение ремонтных работ поверочного оборудования.

Библиографический список:

1. Бублинов А.Е. Анализ конкурентных преимуществ организаций сферы услуг / А.Е. Бублинов, Л.В. Макарова // Молодежный научный вестник.-2018.-№4.- С.315-318.

2. Валевич Р.П. Управление качеством товаров и услуг / Р.П. Валевич, О.Б. Пароля. – Минск: Изд-во БГЭУ, 2008. –304 с.

3. Качество обслуживания клиентов [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.kiaplaw.ru/press-centr/public/590.html>.