

мируются новые социально-экономические требования к качеству образовательных услуг. Такие изменения ведут к возникновению общественного контроля образования, представленного часто известными издательствами и рейтинговыми агентствами.

А.В. Гермацкий, канд. техн. наук, доцент

БГЭУ (Минск)

ПОСЛЕПРОДАЖНЫЙ СЕРВИС АВТОМОБИЛЕЙ ФОРД В ИП «ЛИБЕРТИ МОТОРС»

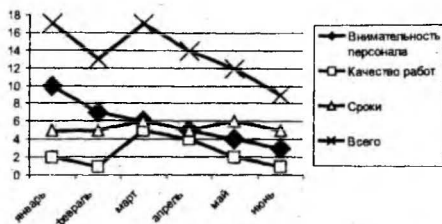
За последних два года существенно изменилось состояние автомобильного рынка в Республике Беларусь. Наметились тенденции увеличения количества новых легковых автомобилей. Часть их привозят владельцы из Европы, часть — официальные дилеры. К числу последних относится ИП «Либерти моторс», являющееся официальным дилером компании Форд.

Предприятие состоит из двух подразделений — продажи новых автомобилей и сервисного центра. Это является основным требованием компании Форд для заключения дилерского договора.

Сервис, предоставляемый ИП «Либерти моторс», неразрывно связан с распределением и включает весь комплекс услуг, оказываемых в процессе заказа, покупки, поставки и дальнейшего обслуживания автомобилей. Компания Форд через дилера поддерживает каждый проданный автомобиль оригинальными запасными частями как в гарантийный, так и в послегарантийный период.

Учитывая то, что базовая комплектация автомобилей компании Форд в своих классах самая привлекательная, а гарантия на новый автомобиль составляет 24 месяца, или 100 тыс. км пробега, количество машин этой марки в Беларуси постоянно растет.

Уделяя значительное внимание качеству предоставляемых услуг, предприятие проводит мониторинг результатов послепродажного сервиса. Ежемесячно опрашивая по телефону своих клиентов, предприятие просит их оценить по пятибалльной шкале такие критерии, как внимательность персонала, качество и сроки выполненных работ. Эти данные ложатся в основу дальнейшего анализа. Оценка ниже «хорошо» признается как жалоба. По результатам опроса строятся графики, показывающие динамику изменения выбранных показателей в течение года, по которым проводится оценка работы службы сервиса и принимаются управленческие решения. Так, за первое полугодие 2005 г. информация имеет следующий вид



Как видно из графика, на ИП «Либерти моторс» сохраняется общая тенденция к снижению всех видов жалоб. Количество их на «Внимательность персонала» имеет постоянное снижение, что подтверждает правильную кадровую работу на предприятии (все механики имеют высшее техническое образование, проходят постоянное обучение по работе с клиентами).

Количество жалоб на качество выполненных работ в январе—феврале уменьшалось, а на сроки их выполнения было примерно на постоянном уровне. Но затем в марте произошел рост количества жалоб по этим двум критериям. Такое явление было вызвано увеличением автомобилей, выезжающих после зимней стоянки. Причем удалось предотвратить значительный рост жалоб на сроки ремонта, так как, предвидя сложившуюся ситуацию, на склад было завезено несколько большее количество запасных частей, чем требовалось по правилам логистики. Затем ситуация стабилизировалась и количество жалоб пошло на снижение.

Сравнение общего характера кривых с аналогичными показателями других дилеров компании Форд, работающих в Минске, показывает, что у ИП «Либерти моторс» гораздо лучше ситуация с послепродажным сервисом. Суммарное количество жалоб в среднем ниже на 5 %, что подтверждается увеличением продаж автомобилей.

А.В. Гермацкий, канд. техн. наук, доцент

БГЭУ (Минск)

ЛОГИСТИКА И ТУРИЗМ

В Беларуси туризм развивается как самостоятельная отрасль экономики. Если менеджмент и маркетинг туризма достаточно изучены и используются на практике, то логистика в полном объеме в этой области практически не применяется.

Между тем основные разделы логистики (информационная, закупочная, транспортная, производственная, распределительная и