

Левкин Г.Г. Особенности развития мувинговых компаний / Г.Г. Левкин, Е.А. Панова // От синергии знаний к синергии бизнеса: сб. ст. и тезисов докладов межд. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей (26 ноября 2015 г.) / Омский филиал негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия». Омск, Полиграфический центр КАН, 2015. С. 314-317.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МУВИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

Панова Е.А.

Омский государственный университет путей сообщения

Научный руководитель: Левкин Г.Г.,

к.вет.н., доцент ФГБОУ ВПО ОмГУПС

г.Омск

Стремление к совершенствованию обслуживания способствует изменению технологического процесса на каждом виде транспорта. В результате появляются узкоспециализированные компании, которые занимаются предоставлением ограниченного спектра услуг (по видам, сфере деятельности и т.д.). Все это содействует появлению мувинга как отдельного направления в грузоперевозках для удовлетворения потребностей клиентов в перемещении.

Цель исследования - изучить особенности развития мувинговой компании с точки зрения организации транспортного процесса.

В переводе с английского языка «мувинг» - «перемещение» [1]. Его выделение как обособленного структурного элемента вовсе не означает, что такого рода деятельность не существовала ранее, но он не имел самостоятельности, так как являлся лишь частью предоставляемых услуг компании.

Мувинг - это переезд. Главная задача мувинговых компаний состоит в том, чтобы потребитель затратил как можно меньше усилий в организации собственного переезда.

Развитие мувинга в России отстает от западных стран, так как постоянный рост цен является барьером для покупки недвижимости, и, как следствие, смены места жительства. В то же время в связи с развитием потребительского рынка существует положительная тенденция для дальнейшего роста и совершенствования этого направления деятельности. Анализ статистических данных показывает, что интерес к услугам мувинговых компаний возрастает, что подтверждается статистическими данными экспертов. Например, в Москве спрос на мувинг составляет 40-45%, данная цифра из года в год увеличивается [1].

Мувинговые услуги представляют собой перечень различных работ, связанных с переездами как квартирными, дачными, так и офисными (погрузка-выгрузка мебели и оборудования, упаковка, уборка, оформление документов, предоставление специализированной техники, временное складирование). Кроме того данный перечень может быть расширен услугами по ремонту и сборке. Как правило, рассматриваемый вид бизнеса не требует больших денежных вложений и затрат времени на «старте» проекта, что в равной степени создает высокую конкуренцию и небывалый интерес к организации мувинговой деятельности. Применительно к Омскому региону, можно говорить о том, что рынок мувинговых услуг представлен крупными компаниями такими, как ООО «Бострада», «Юнис-Лада Карго», «Переезд 55.РФ», «Омские грузоперевозки», «Премиум-Логистик», ООО «Уника» и другие. Кроме вышеперечисленных организаций конкуренцию составляют и индивидуальные предприниматели, избравшие мувинг в качестве основного рода деятельности для своих предприятий, а также крупные транспортные компании.

Каким образом организован рабочий процесс в фирме, оказывающей мувинговые услуги? Существуют общие элементы, присущие многим компаниям. Технологический

процесс оказания услуги выглядит следующим образом (рис. 2) [2].

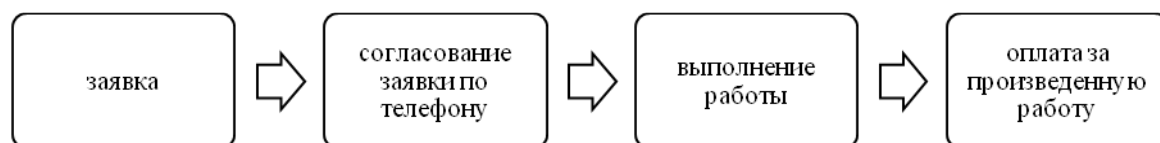


Рисунок 1 - Процесс формирования заказа и его исполнение

Поступление заявки от потребителя. Деятельность компании начинается с поступления заявки от потенциального потребителя (личное присутствие, телефонная или интернет-заявка).

В течение разговора диспетчер задает перечень вопросов, позволяющих выяснить у клиента: какой вид переезда будет осуществляться; какой груз подлежит транспортировке; в какое время должен быть выполнен заказ; примерный срок выполнения работ (со слов заказчика); есть ли потребность в грузчиках и упаковочном материале; адрес проживания и дата осуществления заказа.

В свою очередь заказчик спрашивает о стоимости услуг, на что получает или незамедлительный ответ (в случае обычной заявки) или же отклик другого специалиста (логиста), который в процессе поступления заявки просчитывает стоимость транспортировки и выполняемых работ, формирует удобный маршрут, а затем сообщает клиенту окончательную сумму за предоставление услуг компании (повторный звонок).

Далее заявка заносится в базу данных фирмы со всеми требованиями и пожеланиями клиента. Специалист начинает поиск исполнителей (исходя из района проживания, технических характеристик, особенностей груза и графика работы исполнителей).

После согласования с работником условий выполнения заявки, диспетчер отправляет на телефон работника подтверждение (sms-уведомление), в котором сообщается

дата и место проведения работ. В базе данных регистрируются имена исполнителей и ответственного лица (когда требуется целая бригада).

Затем работник выезжает на заявку. В это время его контролирует диспетчер, который помогает найти необходимый объект с применением электронных программных продуктов (например, GPS навигация, «2ГИС»). Также связь поддерживается и с клиентом, который при возникновении непредвиденных обстоятельств звонит диспетчеру.

После выполнения заявки работник звонит диспетчеру, который фиксирует время окончания работ и оглашает сумму за осуществленный заказ. Далее работник получает деньги от заказчика (в случае наличного расчета) и следует на очередную заявку или заканчивает свой рабочий день.

В течение установленного договором срока работник обязан вернуть деньги компании, полученные от клиента за исполнение заказа. Эта сумма принадлежит фирме (например, услуги грузчика стоят 190 рублей за час работы, но грузчик забирает себе только часть от этой суммы - 100 рублей, остальное - это деньги компании и диспетчеров).

В случае не пополнения счета специалисты компании напоминают работнику о задолженности сначала по телефону, затем приглашают на беседу. Если такие меры не помогают, руководитель расторгает трудовой договор, и такой работник больше не принимается на работу в компанию (вносится в «черный список»).

После выполнения заказа специалист отмечает в базе данных заявку как успешно выполненную. На следующий день в интересах совершенствования деятельности фирмы осуществляется звонок клиенту с вопросом о качестве проделанных работ. Мнение потребителя фиксируется в программе, после чего совершается звонок сотруднику, в ходе которого специалист также интересуется о проделанной работе и возможных трудностях. Повысить качество обслуживания клиентов и установить «обратную связь» также возможно с помощью электронных ресурсов (сайт

компании, социальные сети) с размещением вкладки «отзывы и предложения».

Описанная технология может быть как в небольшой фирме, так и в крупной компании.

Таким образом, при оказании услуги при перевозке грузов частным лицам и организациям необходима детальная проработка коммерческих и технологических процессов для обеспечения лояльности потребителей.

Список источников:

1. Белых А. Мувинг- бизнес, замкнутый на массу / Бизнес-Журнал. Электронное издание - [Режим доступа] - <http://www.business-magazine.ru/>
2. Информационный электронный ресурс компании ООО «Бострада» - [Режим доступа] - <http://bostrada.ru/>
3. Мочалин С.М., Тюкина Л.В. Особенности применения логистических принципов в организации доставки грузов автомобильным транспортом//Вестник СибАДИ. -2014. -№1. -С.20-24