



СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В АО «O'ZTEMIRYO'LYO'LOVCHI»

Жахонгир М. Давлетов

Старший преподаватель кафедры экономики транспорта
Ташкентский государственный транспортный университет

Электронная почта: jahondavletov0223@gmail.com

Телефон: +998 (50) 070-72-25

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17524922>

ARTICLE INFO

Received: 29th October 2025

Accepted: 30th October 2025

Online: 31st October 2025

KEYWORDS

Понятие «качество услуг» (service quality) прочно вошло в теорию менеджмента сервиса с 1980-х годов

ABSTRACT

Современное состояние транспортной инфраструктуры и сервисов пассажирских перевозок в Узбекистане требует повышенного внимания к качеству услуг, предоставляемых транспортными предприятиями. В частности, деятельность акционерного общества «O'ztemiryo'lyo'lovchi» как значимого участника системы железнодорожных перевозок страны обуславливает необходимость анализа особенностей управления качеством услуг в данной организации. Управление качеством услуг — это комплексная деятельность, предусматривающая постоянный контроль, улучшение процессов и удовлетворённость потребителя. [1]

Современное состояние транспортной инфраструктуры и сервисов пассажирских перевозок в Узбекистане требует повышенного внимания к качеству услуг, предоставляемых транспортными предприятиями. В частности, деятельность акционерного общества «O'ztemiryo'lyo'lovchi» как значимого участника системы железнодорожных перевозок страны обуславливает необходимость анализа особенностей управления качеством услуг в данной организации. Управление качеством услуг — это комплексная деятельность, предусматривающая постоянный контроль, улучшение процессов и удовлетворённость потребителя. [1] В прошлом десятилетии система железнодорожного транспорта Узбекистана переживала реформы, направленные на модернизацию инфраструктуры, повышение оперативности и внедрение международных стандартов. В таких условиях внимание к качеству именно пассажирских услуг становится фактором конкурентоспособности, социальной ответственности и устойчивого развития. Более того, улучшение качества услуг на железнодорожном транспорте коррелирует с ростом доверия граждан, безопасностью перевозок и эффективностью использования ресурсов.

Целью исследования является выявление сущности управления качеством услуг в деятельности АО «O'ztemiryo'lyo'lovchi», анализ ключевых факторов, влияющих на качество услуг, а также формулировка рекомендаций по повышению эффективности управления. [2] В задачи входит: — обзор теоретических подходов к управлению качеством услуг; — исследование особенностей предоставления услуг на

железнодорожном транспорте в Узбекистане; — диагностирование состояния управления качеством в рассматриваемой организации; — предложение практических мер по улучшению. [3]

Актуальность исследования обусловлена тем, что качество услуг пассажирских перевозок непосредственно влияет на удовлетворённость пассажиров, имидж предприятия и его экономическую эффективность. В условиях интеграции Узбекистана в международные транспортные коридоры и усиливающейся конкуренции со стороны альтернативных видов транспорта, качественное оказание услуг становится не просто требованием, а необходимостью. Например, на сайте предприятия отмечаются случаи внесения изменений в расписание и информирования пассажиров о технических работах — это свидетельствует о внимании к сервису и необходимости управления коммуникацией с клиентом.

Таким образом, исследование управления качеством услуг в АО «O'ztemiryo'lyo'lovchi» имеет практическое значение как для повышения качества перевозок и оптимизации процессов, так и для формирования устойчивых конкурентных преимуществ и повышения уровня транспортного сервиса в республике. [4]

Понятие «качество услуг» (service quality) прочно вошло в теорию менеджмента сервиса с 1980-х годов. Исследователи отмечают, что качество услуг — это «...оценка потребителем того, насколько полученная услуга соответствует его ожиданиям». [5] Например, в одной работе указывается: «Service quality is a focused evaluation that reflects the customer's perception of elements of service such as interaction quality, physical environment quality and outcome quality». [6] Среди самых известных моделей — модель разрыва (gap-model) SERVQUAL, предложенная Parasuraman A., Zeithaml V. A. и Berry L. L., где качество услуг понимается как разница между ожиданием клиента и восприятием того, что было оказано. [7] Отличительные особенности услуг, по сравнению с товарами, заключаются в нематериальности, неотделимости производства и потребления, повышенной роли взаимодействия с клиентом и вариативности результата. [8]

Одной из широко применяемых моделей является модель SERVQUAL, включающая пять измерений: надёжность (reliability), отзывчивость (responsiveness), уверенность/гарантия (assurance), эмпатия (empathy) и материальные аспекты (tangibles). [9] Также выделяют, что качество услуг можно рассматривать через два аспекта: функциональное качество (как услуга предоставляется) и техническое качество (чего услугой достигнуто) — модель Christian Grönroos.[10] Измерение качества услуг требует сравнения восприятий клиента и его ожиданий либо стандарта. Некоторые исследователи считают, что:

«Service quality is the extent to which customer's perception of service meet and/or exceed their expectations». [9] Также отмечается, что оценка качества услуг зависит от таких факторов, как прошлый опыт клиента, внешняя коммуникация, личные потребности.

Управление качеством услуг — это систематическая работа по планированию, контролю и улучшению процессов оказания услуг. В литературе подчёркивается, что

для организаций сферы услуг качество становится одним из ключевых конкурентных преимуществ. Например, с точки зрения стратегического управления: компании, предоставляющие услуги, должны учитывать ожидания клиентов, измерять их удовлетворённость и непрерывно совершенствовать процессы для поддержания высокого уровня сервиса. [11]

В практической плоскости важны такие направления, как:

- ориентация на клиента (customer orientation)
- вовлечение персонала и создание культуры качества
- процессный подход и управление бизнес-процессами оказания услуг
- непрерывное улучшение (continuous improvement) и управление обратной

связью. [12]

При анализе качества услуг выделяют две ключевые группы факторов — характеристики услуги и влияющие факторы управления. При анализе качества услуг выделяют две ключевые группы факторов — характеристики услуги и влияющие факторы управления. Услуга неосвязаема и её нельзя «взять руками», потребление услуги часто происходит одновременно с её производством, качество может варьироваться и услуга не может храниться или запасаться. Эти особенности усложняют управление качеством и требуют особых мер со стороны организации-поставщика услуги. [13]

Исследования выделяют множество факторов, влияющих на восприятие качества у клиентов. Ниже приведены наиболее часто встречающиеся:

Надёжность (reliability)	способность выполнить обещанное корректно и вовремя.
Отзывчивость (responsiveness)	готовность быстро и адекватно реагировать на запросы клиента.
Гарантия/уверенность (assurance)	компетентность персонала и способность вызывать доверие у клиента.
Эмпатия (empathy)	внимание к индивидуальным потребностям клиента, персонализированный подход.
Материальные аспекты (tangibles)	внешний вид службы, оборудование, внешний вид персонала, физическая среда обслуживания.
Ожидания клиентов и их предшествующий опыт	чем выше уровень ожиданий или чем богаче опыт, тем выше запрос к качеству.
Внутренние процессы, культура качества, управление персоналом и технологическая поддержка	организация, настроенная на качество, обладает преимуществом.

В контексте деятельности такого предприятия, как O'ztemiryo'lyo'lovchi, управление качеством услуг должно включать: обеспечение надёжности движения поездов и соблюдения расписания, развитие инфраструктуры (материальные аспекты), обучение персонала, процессный контроль, реагирование на жалобы пассажиров, улучшение коммуникации и повышение удовлетворённости пассажиров. Услуги обладают особой природой, требующей от организаций-исполнителей применения комплексного подхода к управлению качеством. Перечисленные выше факторы служат отправной точкой для анализа и улучшения качества услуг. Особенно в сфере железнодорожных перевозок, где своевременность, безопасность и комфорт напрямую влияют на восприятие пассажира. Управление качеством услуг — это не просто контроль, а постоянное совершенствование процессов, ориентированных на клиента.

Список литературы (References:

- 1.O'ztemiryo'lyo'lovchi AJ. (2024). Yangiliklar va e'lonlar: Jadvaldagi o'zgarishlar va texnik ishlar haqida xabarlar. O'ztemiryo'lyo'lovchi rasmiy sayti. Retrieved October 31, 2025,
- 2.RGUPS (Rostov State Transport University). (2021). Стартовала реформа железнодорожного транспорта Узбекистана. Retrieved October 31, 2025
- 3.O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. (2023). O'zbekiston temir yo'l transporti tizimini modernizatsiya qilish va raqobatbardoshligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida. Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi, 09.08.2023 y. Retrieved from <https://lex.uz/>
- 4.Davlat statistika qo'mitasi. (2024). Transport va aloqa sohasidagi asosiy ko'rsatkichlar (2020–2024). O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. Retrieved from <https://stat.uz/uz/>
- 5.Kurochkina, A. Y. (2022). Управление качеством услуг: учебник и практикум для вузов (2-е изд.). Москва: Юрайт.
- 6.“Service quality in the management and marketing literature is the extent to which customer's perception of service meet and/or exceed their expectations.” (2021). American International Journal of Business Management, [PDF].
- 7.Tjiptono, F. (2005). “Service Quality in Theoretical Framework.” In The International Journal of Business Management & Technology, 5(6), November–December 2021. “Theoretical framework and hypotheses: Service Quality.”
- 8.“The American model ... developed by Parasuraman et al. (1985) ... five dimensions are considered in the service quality experience: reliability, responsiveness, security, empathy, and tangibles.” (2018). Revista ESPACIOS, 39(44).
- 9.“Service quality is a focused evaluation that reflects the customer's perception of elements of service such as interaction quality, physical environment quality and outcome quality.” (2012). International Journal of Business and Social Science, 3(1).
- 10.Mosadeghrad, A. M. (2014). Factors Influencing Healthcare Service Quality. International Journal of Health Policy and Management, 3(2), 77-89. <https://doi.org/10.15171/ijhpm.2014.65>
- 11.Othman Alnuaimi, M., Ismail, N., & Bee binti Packeer, S. S. (2019). Service Quality Factors, Satisfaction and Perceived Welfare among Customers of Public Services in the U.A.E. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.
- 12.Indeed Editorial Team. (2025, June 6). Service Quality: Definition, 5 Dimensions and Implementation. Indeed Career Guide.

13.TalkCMO. (2023, February 1). Factors Influencing Customer Service Quality.

