

DOI: 10.54959/22197222\_2022\_04\_21

При цитировании статьи сноска на DOI обязательна

# СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК

Ольга Лайчук,

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток, Россия

Мария Сысоенко,

студентка, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток, Россия

**Аннотация.** Статья посвящена изучению системы показателей транспортного обслуживания потребителей при организации грузоперевозок. Основное внимание уделено теоретическим аспектам расчета показателей на основании разделения на группы сервисных и финансовых. В статье представлена характеристика количественных и качественных показателей, порядок их вычисления и рекомендованные значения.

**Ключевые слова.** Логистика, транспортное обслуживание, сервисные показатели, финансовые показатели, KPI.

**ANNOTATION.** The article is devoted to the statistics of the system of indicators of customer service in the organization of cargo transportation. Particular attention is paid to the theoretical aspects of calculating the results of the outcome of a group of service and financial resources. The article presents the characteristics of quantitative and known values.

**KEY WORDS.** Logistics, transport services, service indicators, financial indicators, KPI.

В настоящее время на долю грузовых перевозок в нашей стране приходится более 70% рынка транспортных услуг. В эпоху большой конкуренции и не менее высокого спроса предприниматели и организации со всего мира стараются удержать свою нишу и дать потребителям то, что они хотят, и часто этот процесс сопровождается обращением к услугам логистических компаний. Транспортные организации, в свою очередь, ведут активную борьбу за каждого клиента, стараются по максимуму удовлетворить их желания.

Активное расширение торговли приводит к необходимости поиска новых методов ускорения доставки грузов по России и за границу. Рыночные (торговые) отношения прочно связаны с наличием необходимости поставлять товары в разные точки региона и за его пределы.

Одним из признаков того, что компания-грузоперевозчик опытная и готова к конкуренции на рынке услуг, является ее способность оценивать и измерять эффективность соб-

ственной деятельности по основным показателям. При организации грузоперевозок в Российской и зарубежной практике долгое время использовались такие финансовые показатели, как доход, прибыль и убытки. Последние тенденции, которые возникли в мире, показывают, что наиболее часто при оценке показателей транспортного обслуживания потребителей в вопросах организации грузоперевозок прибегают к использованию системы количественных и качественных показателей [2]. Действительно, сегодня появилась необходимость для компаний иметь цифровой инструмент, который бы позволял отражать стабильность функционирования организации в реальном времени.

Анализу количественных и качественных показателей транспортного обслуживания потребителей уделяют внимание много специалистов, особое внимание концентрируя на KPI (key performance indicator), известных как ключевые показатели эффективности [10]. Мы разделяем эту позицию. В процессе исследования было сде-

лано интересное заключение, что если слова «key» и «indicators» имеют единые варианты перевода, как «ключевой» и «показатель», то слово «performance» имеет несколько вариантов, раскрываясь через тезисы результативности и эффективности [7]. Следует отметить, что в данном случае результативность выражает способность компании быть ориентированной на результат, а эффективность отражает качество выполнения поставленных планов деятельности компании.

На сегодняшний день сложилась практика, выделяющая три основных требования для KPI: измеримость, информативность и управляемость [4], то есть исследуемые показатели должны иметь конкретный количественный показатель – определенную цифру, на основании которой можно провести оценку деятельности компании; они должны четко отражать результат деятельности и показывать полную картину уровня соответствия полученного результата фактам и целям, на ее основании определяются дальнейшие действия по улучшению полученных показателей.

В логистической сфере КРІ принято разделять на финансовые, отвечающие за количественную сторону, и сервисные, определяющие качество [6].

К сервисным показателям эффективности в первую очередь относится количество совершенных заказов, означающее, что все необходимые и запланированные логистические операции безошибочно доведены до завершения [5]. Его принято рассматривать на основании трех факторов (своевременность доставки, своевременность оформления документов, укомплектованность) и рассчитывать их произведением.

Первый фактор своевременности доставки представляет собой соответствие сроков прибытия грузов в конечный пункт согласно установленному договором времени или объявленному расписанию [11]. Можно заключить, что этот фактор является прямой оценкой удовлетворенности клиента предоставленной услугой и рассчитывается по формуле (1).

$$T = \frac{y_0}{y_1} \times 100\%, \quad (1)$$

где  $T$  – своевременность доставки, %;  $y_0$  – планируемые сроки доставки в днях;  $y_1$  – фактические сроки доставки в днях.

Обратим внимание, что данный фактор рекомендуется на уровне не ниже 98% при расчете день в день и не ниже 95% при расчете минута в минуту [12]. При транспортном обслуживании потребителей крайне важно соблюдение сроков доставки, это влияет не только на репутацию компании в глазах клиента, но и на выполнение запросов заказчика услуг. На основании этого клиент решает, продолжать ли сотрудничество с компанией или нет.

Второй фактор своевременности оформления документов определяется отсутствием дополнительных расходов и прохождением всех этапов перевозки без задержек по причине не полученной вовремя документации [8]. Этот фактор подразумевает создание и проведение используемого в процессе перевозки документооборота точно в срок и выражается в формуле (2).

$$D = \frac{\rho_1}{\rho_0}, \quad (2)$$

где  $D$  – своевременность оформления документов, %;  $\rho_1$  – количество

перевозок, в которых возникли дополнительные расходы из-за задержки предоставления документации, шт.;  $\rho_0$  – общее количество перевозок, шт.

Следует отметить, что данный фактор должен стремиться к 100%, так как любое отклонение от этого влечет убытки компании [6]. Это объясняется тем, что в логистике оформленные вовремя документы предостерегают все стороны перевозки от возникновения дополнительных расходов.

Третий фактор – это укомплектованность, под которой понимается получение клиентом заказа в том количестве, которое он заказывал [3]. Для отправителя это означает заполнение контейнера согласно условиям договора купли-продажи. Для компании-экспедитора под необходимым количеством заказа подразумевается количество заявленных клиентом контейнеров. Укомплектованность определяется формулой (3):

$$S = \frac{c_1}{c_0}, \quad (3)$$

где  $S$  – укомплектованность, %;  $c_0$  – количество товара, переданного клиенту, шт.;  $c_1$  – количество заказанного товара, шт.

Этот показатель у транспортно-экспедиторской компании также должен быть равен 100%. Как правило, передача клиенту груза в меньшем объеме и количестве, чем он заказывал и оплатил, грозит компании-экспедитору не только колоссальными издержками, но и судебными исками.

Вторым сервисным показателем определяется время подачи транспортных средств для начала перевозки, отражающее желание клиента сократить время между подачей заявки на перевозку и ее началом. Показатель определяется временной разницей между первым взаимодействием клиента с компанией и началом перевозки его груза [1].

Следующими показателями выступают точность времени доставки конечному получателю и сохранность грузов. Первый из них основан на важности получения груза в согласованное время и определяется соответствием измеренного значения истинному значению измеряемой величины. Второй показатель отражает обеспечение доставки грузов от отправителя до получателя без ухудшения их качества в необходимом количестве и из-

меряется долей товаров в объемном, стоимостном или в количественном выражениях, которые были переданы клиенту без внешних и функциональных повреждений.

Далее рассмотрим финансовые показатели. Первым из них является средняя стоимость поставляемой услуги, вычисляемая путем деления общего объема выручки за товар на количество его единиц, где затраты на единицу продукции считаются в расчете на одно место груза [9].

Вторым показателем выступает соотношение расходов на перевозку и продаж. В условиях реального бизнеса это сравнение различных расходов с чистыми продажами, поэтому данный показатель наиболее полно раскрывает, какую финансовую выгоду приносит логистическая деятельность компании.

Отдельно от финансовых показателей стоит частота отправок, которую можно определить, как число отправок судов из начального пункта в сутки [13]. Так как коммерческая компания в первую очередь нацелена на получение прибыли, увеличивая количество клиентов, она наращивает и количество отправок, что напрямую влияет на ее выручку.

Изученная система показателей оценки транспортного обслуживания потребителей при организации грузоперевозок представлена в табл. 1.

Таким образом, используемые при анализе показатели транспортного обслуживания потребителей при организации грузоперевозок принято разделять на качественные и количественные, которые представлены сервисной и финансовой стороной деятельности компании соответственно. Качественные показатели отражают сущность транспортного обслуживания, анализируя различные стороны удовлетворения запросов и пожеланий клиента, и включают количество совершенных заказов, время подачи транспортных средств для начала перевозки, точность времени доставки груза конечному получателю и сохранность грузов. Количественные показатели нацелены на выявление прибыльности выполняемых процессов и включают среднюю стоимость поставляемой единицы продукции, соотношение расходов на перевозку и продаж, частоту отправок. Регулярный анализ КРІ поможет компании улучшить предоставляемый клиентам сервис, привлечь новых заказчиков и в дальнейшем увеличить прибыль.

Таблица 1.

Характеристика количественных и качественных показателей транспортного обслуживания потребителей при организации грузоперевозок

Источник: таблица составлена авторами

Наименование показателя транспортного обслуживания потребителей при организации грузоперевозок	Порядок расчета (формула)	Нормативное значение
Качественные (сервисные) показатели		
Количество совершенных заказов, где:	$POF = O \times D \times S$	Стремление к 100%
– своевременность доставки	$T = \frac{Y_0}{Y_1} \times 100\%$	Не ниже 98%
– своевременность оформления документов	$D = \frac{\rho_1}{\rho_0}$	Стремление к 100%
– укомплектованность	$S = \frac{C_1}{C_0}$	Стремление к 100%
Время подачи транспортных средств для начала перевозки	Временная разница между получением заявки от клиента и началом перевозки	Стремление к уменьшению
Точность времени доставки груза конечному получателю	Разница между средними транзитными сроками и фактическими	Стремление к 100%
Сохранность грузов	Доля товаров, переданных клиенту без повреждений, в их общем количестве	Стремление к 100%
Количественные (финансовые) показатели		
Средняя стоимость поставляемой единицы продукции	$Q = \frac{M}{N}$	Стремление к уменьшению
Соотношение расходов на перевозку и продаж	$L = \frac{M}{C} \times 100\%$	Стремление к уменьшению
Частота отправок	Число отправок грузов из начального пункта в сутки	Не менее 1-го раза в неделю

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Альбеков А.У., Федько В.П., Митько О.А. Логистика коммерции. – Ростов н/Д: Феникс, 2019. – 166 с.
- Галабурда В.Г., Персианов В.А., Тимошин А.А. Единая транспортная система: учебник для вузов / под ред. В.Г. Галабурды. – 2-е изд. изм. и доп. – М.: Транспорт, 2021. – 303 с.
- Дудинская М.В., Левина Т.В., Сергеев В.И. Оценка ущербов от логистических рисков // Перспективы развития логистики и управления цепями поставок: сб. науч. тр. – М., 2019. – С. 442.
- Зайцев Е.И. Эффективность и качество как фактор конкурентоспособности // Российский журнал менеджмента: сб. науч. ст. – СПб., 2019. – С. 154–160.
- Зайцев С.А., Уваров С.А. Применение показателя «совершенный заказ» в логистике распределения: учебное пособие. – М.: Юрайт, 2017. – 107 с.
- Казакова Н.А. Финансовый анализ: учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2020. – 539 с.
- Кирсанов К.А., Луцкий С.В. Управление транспортным парком. – М.: Логинфо, 2019. – 202 с.
- Лёвкин Г.Г. Коммерческая логистика: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 375 с.
- Профессиональное издательство: справочник экономиста. Электронный ресурс: URL: [http://www.profiz.ru/se/2\\_2009/analiz\\_finansovoi\\_otchetn/](http://www.profiz.ru/se/2_2009/analiz_finansovoi_otchetn/)
- Рябова М.А. Анализ финансовой отчетности: учебно-практическое пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2020. – 237 с.
- Тюленев К.Н. Управление контейнерными перевозками во внешнеэкономической деятельности: аналитическая работа. – М.: Юрайт, 2018. – 112 с.
- Уваров С.А. Процессная модель формирования цепей поставок // Менеджмент сегодня: сб. науч. ст. – М., 2020. – С. 34–41.
- Черноусов Е.В. Анализ рынка логистических провайдеров: зарубежный опыт // Менеджмент за рубежом: сб. науч. ст. – М., 2019. – С. 65–71.