

УДК 656  
DOI:

## ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

© 2020  
SPIN: 5334-5642  
AuthorID: 668557

**Ким Ангелина Георгиевна**, кандидат экономических наук, профессор кафедры «Международного маркетинга и торговли»  
*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» (690014, Россия, Владивосток ул., Гоголя 41, E-mail: angelina.kim@vvsu.ru)*

**Лайчук Ольга Владимировна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Международного маркетинга и торговли»  
*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» (690014, Россия, Владивосток ул., Гоголя 41, E-mail: olga.laichuk@vvsu.ru )*

**Аннотация.** Взаимосвязь предприятий осуществляющих хозяйственную деятельность, но удаленных друг от друга повышает роль транспортной логистики, как отрасли в целом. Одним из критериев выбора логистической компании является качество обслуживания. В связи с этим темой данной статьи является оценка качества обслуживания в транспортно-логистических компаниях. Логистика в торговле, является связующим звеном между производителями и потребителями, а удовлетворённость и лояльность клиентов продолжает оставаться важнейшим конкурентным преимуществом. Качество предоставляемых услуг и удовлетворенность потребителей формируют основу потока клиентов, возможности свободного ценообразования на предоставляемые услуги, а также общую конкурентоспособность предприятия.

Чтобы в полной мере соответствовать требованиям клиентов необходимо изучать запросы потребителей, возможности конкурентов, точно устанавливать и профессионально осуществлять маркетинговую стратегию транспортного обслуживания заказчиков. Актуальность данного вопроса не вызывает сомнения, использование внутренней оценки качества необходимо, оно способствует преодолению кризиса, финансовому оздоровлению компании, выходу на новый уровень в конкурентной борьбе при оптимальных затратах. Объектом исследования является предприятие ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик». В работе использовались разные виды анализа, одним из которых был SWOT-анализ. По результатам выполненных работ, авторами была предложена система показателей, разработаны рекомендации по совершенствованию качества обслуживания.

**Ключевые слова:** оценка качества, транспортная логистика, конкуренция, качество обслуживания, показатель, обслуживание клиентов, удовлетворенность потребителя, транспортная услуга, транспортное обслуживание, конкурентное преимущество

## SERVICE QUALITY ASSESSMENT CUSTOMERS OF TRANSPORT AND LOGISTICS COMPANY

© 2020

**Kim Angelina Georgievna**, candidate of Economics, Professor of the Department of International Marketing and Trade  
*FSEI HPE "The Vladivostok state University of Economics and service (690014, Russia, Vladivostok Street, Gogol 41, E-mail: angelina.kim@vvsu.ru)*

**Laichuk Olga Vladimirovna**, candidate of Economics, Associate Professor at the Department of International Marketing and Trade  
*FSEI HPE "The Vladivostok state University of Economics and service (690014, Russia, Vladivostok Street, Gogol 41, E-mail: olga.laichuk@vvsu.ru )*

**Abstract.** The interconnection of enterprises engaged in economic activities, but remote from each other, increases the role of transport logistics, as the industry as a whole. One of the criteria for choosing a logistics company is the quality of service. In this regard, the topic of this article is the assessment of the quality of service in transport and logistics companies. Logistics in trade is the link between producers and consumers, and customer satisfaction and loyalty continues to be the most important competitive advantage. The quality of the services provided and customer satisfaction form the basis of the customer flow, the possibility of free pricing for the services provided, as well as the overall competitiveness of the enterprise.

In order to fully meet the requirements of customers, it is necessary to study the needs of consumers, the capabilities of competitors, accurately establish and professionally implement a marketing strategy for transport customer service.

The relevance of this issue is not in doubt, the use of an internal quality assessment is necessary, it helps to overcome the crisis, improve the financial health of the company, and reach a new level in the competition with optimal costs. The object of research is the company LLC "TLK VL Logistic." Different types of analysis were used in the work, one of which was a SWOT analysis. Based on the results of the work performed, the authors proposed a system of indicators with which you can measure the quality of service. Recommendations have been developed to improve the quality of service.

**Keywords:** Quality assessment, transport logistics, competition, quality of service, indicator, customer service, customer satisfaction, transport service, transport service, competitive advantage

*Постановка проблемы.*

Транспортно-логистический рынок России активно развивается благодаря удачному географическому положению страны. Занимая центральную часть Евразийского континента, Россия объективно призвана играть роль геополитического моста в отношениях между странами Запада и Востока. Благодаря занимаемому выгодному географическому положению, а также имея выходы к морям, Россия владеет уникальными возможностями участия в международных транзитных перевозках грузов, которые позволяют операторам перевозок, интегрировано использовать все преимущества каждого вида транспорта.

Актуальность темы обусловлена обострившейся конкуренцией между транспортно-логистическими компаниями. Практически все транспортно-логистические компании усиливают борьбу за клиента, уделяя внимание повышению качества оказываемых услуг в соответствии с требованиями клиентов. Исходя из вышеизложенного, выдвигается особенно актуальным изучение оценки качества обслуживания клиентов и выработки рекомендаций по совершенствованию.

*Объектом исследования* является качество обслуживания клиентов транспортно-логистической компании.

*Предмет исследования* – критерии и методы оценки качества обслуживания клиентов транспортно-логистической компании.

*Теоретической и методологической основой* стали публикации зарубежных и отечественных ученых в сфере транспортной логистики и оценки качества услуг транспортно-логистических компаний.

*Формирование целей статьи.* Целью данного исследования является изучение и решение научной проблемы: оценка и разработка рекомендаций повышения качества транспортно-логистических услуг.

*Анализ исследований и публикаций.* Проблемам качества логистических услуг уделялось внимание такими авторами, как Ю.М. Неруш, Б.А. Аникин, А.М. Гаджинский, А.А. Канке, Г.Г. Левкин, А.П. Тяпухин, В.В. Щербаков, Г.Л. Бродецкий, В.В. Дыбская и другие.

*Изложение основного материала исследования.* Транспортная логистика, как отрасль связующая перемещения тех или иных материальных объектов из одного пункта в другой по оптимальному маршруту оценивается в соответствии с методологией по шести правилам:

- оценка таможенного и пограничного оформления;
- качество логической инфраструктуры;
- конкурентоспособное ценообразование;
- удовлетворенность потребителя;
- возможность отслеживания груза по маршруту;
- частота, с которой груз принимается вовремя.

В общем это можно описать как транспортировка груза, без потерь в качественном и количественном выражении в определенное время, в определенное место с минимальными затратами.

Логистика - это общий процесс управления приобретением, хранением и транспортировкой ресурсов из одного пункта назначения в другой [1-4]. В сущность транспортно-логистических услуг закладывают не только доставку грузов, но и подготовку, связанную с выполнением данной операции (погрузка, разгрузка, подготовка сопроводительных документов, страховые услуги и т.д.). Выполнение данных операций влияет на удовлетворенность клиента, его заинтересованность в будущем. В условиях конкурентной борьбы требования клиентов-потребителей возрастают, поэтому тема оценки качества обслуживания занимает одно из приоритетных мест анализа [5-9]. Современные рыночные отношения в процессе деятельности формируют стандарты. На сегодняшний день, качество клиентского обслуживания – это новый стандарт, по которому, в том числе потребители оценивают компанию. В большей мере это касается сохранности грузов, скорости, своевременности, и надежности доставки [10,11].

На примере ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» было проведено исследование по оценке качества обслуживания клиентов с целью разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия.

Научная новизна проведенного исследования отражена в разработке методики оценки качества обслуживания клиентов транспортно-логистической компании при помощи расчета коэффициентов.

ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» на рынке транспортно-логистических услуг находится с 1999 года. Компания обладает следующими активами: собственный контейнерный парк, автопарк и склад; ответственное хранение груза; сеть представительств и партнёров в городах России. Основными видами деятельности ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» являются: организация перевозок грузов; транспортная обработка грузов; хранение и складирование; деятельность автомобильного грузового транспорта. Клиентами компании являются крупные промышленные, производственные многонациональные корпорации, представители среднего, малого бизнеса,

юридические и физические лица. В число партнеров входят крупнейшие порты, логистические операторы, собственники подвижного состава.

Предоставляемые компанией услуги: морские, железнодорожные, автомобильные авиаперевозки; аренда и продажа контейнеров; внутрипортовое экспедирование; таможенное оформление; складские услуги.

Основная проблема - отток клиентов, послужила причиной, данного анализа.

Исключаемые факторы - возрастающая прибыль, так как в текущем квартале были увеличены цены на перевозки.

Для исследования конкурентоспособности компании ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» был проведен SWOT-анализ:

- сильные стороны: собственный контейнерный парк, собственный автопарк, собственные склады, сеть представительств и партнёров в городах России, многолетний опыт работы, многолетний опыт работы, полный цикл оказываемых услуг, гибкая форма оплаты, высокое качество услуг;
- возможности: расширение клиентской базы, выход на новые рынки;
- слабые стороны: отток клиентов;
- угрозы: конкуренция.

Исходя из результатов SWOT-анализа, можно сделать вывод о том, что логистической компании ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» необходимо внедрять меры оптимизации узких мест, а именно повышать качество обслуживания клиентов. По мнению авторов, на текущий момент времени - это основная проблема оттока клиентов. Дополнительными мерами, которые позволят удержать клиентов будут снижение цен на услуги, выделение перспективных видов оказываемых услуг.

Помимо работы с текущей клиентской базой особое внимание рекомендовано уделить расширению клиентской базы, за счет выхода на новые рынки.

В ходе исследования, была разработана система показателей, позволяющая оценить качество обслуживания клиентов. Система показателей включает пять показателей и восемь коэффициентов. Предлагаемая для транспортных компаний методика позволяет произвести оценку качества обслуживания клиентов транспортно-логистической компании путем расчета показателей по предложенным формулам и занесения результатов расчетов в оценочный лист. Регулярная проверка качества обслуживания клиентов компании по разработанной методике даст возможность постоянно и объективно осуществлять контроль качества обслуживания клиентов и строить мотивационные схемы для сотрудников компании. В таблице 1 представлена интерпретация результатов расчета для ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик».

Таблица 1 - Результаты расчета коэффициентов качества обслуживания клиентов ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик», 2019 г.

Название показателя	Обозначение коэффициента	Расчет коэффициентов для ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик»
1	2	4
Комплексность услуг	1 Коэффициент комплексности услуг (С)	1
Сохранность	2 Коэффициент сохранности поставок (W)	0,71
Своевременность выполнения поставки	3 Коэффициент поставок, выполненных точно в срок (K)	0,97
Показатели эффективности менеджера	4 Коэффициент выполнения плана продаж (Y)	0,82
	5 Коэффициент удержания клиентов (Z)	0,86
Показатели удовлетворённости клиентов	6 Коэффициент положительных отзывов о компании (O)	0,67
	7 Коэффициент повторных заказов (R)	0,6
	8 Коэффициент лояльности клиентов (T)	0,76

Показатели, рассчитанные в предлагаемой выше методике оценки качества обслуживания клиентов транспортно-логистической компании, нуждаются в интерпретации. Для обработки полученных данных необходимо воспользоваться рекомендованным описанием вариантов интерпретации оценки показателей, представленных в таблице 2.

Таблица 2 – Интерпретация показателей

Название показателя	Обозначение коэффициента	Интерпретация
1	2	3
Комплексность услуг	1 Коэффициент комплексности услуг (С)	- от 0,8 до 1 – высокий; - от 0,6 до 0,8 – средний; - меньше 0,6 – низкий;
Сохранность	2 Коэффициент сохранности поставок (W)	- от 0,9 до 1 высокий; - от 0,6 до 0,9 средний; - меньше 0,6 низкий;
Своевременность выполнения поставки	3 Коэффициент поставок, выполненных точно в срок (K)	- от 0,9 до 1 высокий; - от 0,6 до 0,9 средний; - меньше 0,6 низкий;
Показатели эффективности менеджера	4 Коэффициент выполнения плана продаж (Y)	- от 0,6 до 1 считается выполненным; - меньше 0,6 считается невыполненным;
	5 Коэффициент удержания клиентов (Z)	- равно 1 – считается выполненным; - меньше 1; - считается невыполненным;
Показатели удовлетворенности клиентов	6 Коэффициент положительных отзывов о компании (O)	- от 0,8 до 1 – высокий; - от 0,5 до 0,8 – средний; - меньше 0,5 – низкий;
	7 Коэффициент повторных заказов (R)	- от 0,8 до 1 – высокий; - от 0,5 до 0,8 – средний; - меньше 0,5 – низкий;
	8 Коэффициент лояльности клиентов (T)	- от 0,8 до 1 – высокий; - от 0,5 до 0,8 – средний; - меньше 0,5 – низкий;

Исходя из интерпретации полученных результатов оценки качества обслуживания клиентов ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик», можно сделать вывод о том, что такие показатели как: коэффициент комплексности услуг транспортно-логистической компании (С), коэффициент поставок, выполненных точно в срок (K), коэффициент выполнения плана продаж (Y) удовлетворяют требованиям компании, находятся в норме.

На такие показатели как: коэффициент поставок, выполненных точно в срок (K), коэффициент удержания клиентов (Z), коэффициент положительных отзывов о компании (O), коэффициент повторных заказов (R) и коэффициент лояльности клиентов (T) руководству компании ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» необходимо обратить внимание.

По результатам анализа ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» было выявлено три основные проблемы, на которые авторы исследования предлагают систему рекомендаций:

1) средняя надежность поставок; При доставках, осуществляемых компанией, допускаются повреждения /потеря груза в качества рекомендаций по совершенствованию качества обслуживания клиентов ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» будет налаживание грамотной работы при перевозках груза:

- оптимизация маршрутов грузоперевозок;
- расширение автопарка;
- введение услуги по охране и сопровождению особо ценных грузов;
- введение услуги страхования грузов;
- автоматизация документального сопровождения;
- автоматизация контроля за грузом «в пути»;
- разработка приложения для смартфона «отслеживание груза»;
- оптимизация работы с обратной связью;
- разработка бонусной системы для постоянных и VIP клиентов;
- разработка стратегии продвижения положительных отзывов;
- страхование собственных рисков;
- повышение квалификации менеджеров по продажам.

2) следующей выявленной проблемой является отток клиентов; часть клиентов делает заказ только один раз и больше не возвращается, лояльность клиентов находится на среднем уровне. Рекомендация – введение CRM-системы, которая позволяет автоматизировать процессы на предприятии [12]

CRM-система нужна для того, чтобы:

- получить фиксацию каждого входящего звонка и запроса, не потерять потенциального клиента;
- осуществлять контроль работы сотрудников;
- стандартизировать работу с клиентами;
- систематизировать и фиксировать, приращивать объемы клиентской базы;

- анализировать информацию в отчетах системы;
- анализировать качество работы отдела продаж с лидами;
- использовать механизмы CRM-системы для планирования;
- иметь шаблоны готовых решений.

3) количество отзывов о компании; ООО «ГЛК ВЛ Лоджистик» хоть и позволило оценить коэффициент удовлетворенности клиентов, но необходимо заметить, что опираться на такой показатель нельзя, т.к. оценочное мнение не всегда в полном объеме отражает удовлетворенность(неудовлетворенность) всех потребителей услуг. В связи с этим рекомендуется наладить процедуру отслеживания отзывов клиентов. Клиенты редко оставляют отзывы о компании, но в настоящее время, время огромной конкуренции между транспортно-логистическими компаниями, важно поддерживать контакт с клиентом, узнавать его мнение о работе всей компании и в частности менеджера, с которым он работал. Для этого рекомендуется в вести в работу компании процедуру отслеживания отзывов, для того, чтобы знать, что клиента устраивает, а что нет. Это в свою очередь необходимо для того, чтобы удерживать клиентов, увеличивать объемы перевозок, и как следствие увеличивать прибыль компании.

Выделенный перечень проблем и способов их устранения не является исчерпывающим. Каждая компания самостоятельно разрабатывает стратегию повышения качества оказываемых услуг. Однако, данные меры можно использовать любой транспортно-логистической компании. Контроль сервиса по разработанной методике даст возможность постоянно отслеживать сильные и слабые стороны своей деятельности, с целью принятия грамотных управленческих решений.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мате Э. Логистика / Э. Мате, Д. Тиксье. – Ред. Куприенко Н.В. – 5-е изд. – Санкт-Петербург: Нева, 2016. – 128 с.
2. Ивуть Р.Б. Транспортная логистика: учебно-методическое пособие: [для вузов] / Р. Б. Ивуть, Т. Р. Кисель. – Минск: БНТУ, 2017. – 377 с.
3. Логистика [Электронный ресурс]// Web-сайт Ассоциации международных автомобильных перевозчиков (АСМАП). – Режим доступа: [www.asmap.ru](http://www.asmap.ru).
4. Inbound Logistics Staff / What to Expect in Transportation in 2019 / Inbound Logistics Staff // Inbound Logistics: science journal. - December 14, 2018
5. Смирнова Е.А. Управление цепями поставок: Учебное пособие / Е.А. Смирнова. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2016. – 120 с
6. Баско И.М. Логистика: учебное пособие / И.М. Баско. – Минск: Белорусский государственный экономический университет, 2017. – 431 с.
7. Бауэрс Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок, 2-е изд. / Пер. с англ. К.В. Комарова. – Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес, 2017. – 640 с.
8. Буглай В.Б., Ливенцев Н.Н. Международные экономические отношения: Учеб. пособие. / Под ред. Н.Н.Ливенцева. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 160 с.
9. Букринская Э. Логистика. Учебник / Под ред. Э. Букринская, Н. Гвилия, А. Ефремов – Издательство Юрайт, 2016 г. – 387 с.
10. Бурова А.С. Международный маркетинг / А.С. Бурова. – М.: Дашков и К, 2017 – 156 с.
11. Владивостокский морской контейнерный терминал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fishport.ru/partner/services/index1.html>
12. Петрук Г.В., Луценко И.Р. Методика оценки эффективности внедрения еgr - систем автоматизации на предприятии // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 2 (15). С. 213-216.
13. Волгин В.В. Организация, управление, логистика. / В.В. Волгин. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2017. – 732 с.
14. Волочиенко В.А. Логистика производства: теория и практика: учебник / В. А. Волочиенко, Р. В. Серышев. – Москва: Юрайт, 2017. – 454 с.
15. Гаджинский А.М. Основы логистики: учебное пособие /А.М. Гаджинский. - М.: Маркетинг, 2017. – 124 с.
16. Галанов В.А. Логистика: учебник для студентов / Галанов В.А. – Москва: Инфра-М, 2016. – 272 с.
17. Noel Perry / Transport Decision Makers: Prepare for the Future / Noel Perry // Inbound Logistics: science journal. - January 31, 2019.
18. Dan, Clark / Optimizing Route Planning to Cut Costs / Dan Clark // Inbound Logistics science journal. - December 15, 2017.
19. Белозерцева Н.П. Разработка методики оценки транспортно-логистической деятельности предприятия / Н.П. Белозерцева, А.А. Кудельская, А.О. Корф – Экономика и предпринимательство: научный журнал. 2019. – 911-914 с.
20. Пономарева Т.А. Качество услуг: качественные параметры оценки / Т.А. Пономарева, М.С. Супрягина. – Маркетинг в России и за рубежом. – 2016.– 49 с.