

3 Телерекламный рынок Беларуси: январь-март 2019 года / Ви-АйБел, Алькасар, 2019. – 38 с.

4 Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 7-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Выш.шк., 2010. – 525 с.

5 Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Пер. с англ. / Ф. Котлер. – 6-е изд. – М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. – 211 с.

6 Богдан, В. Радио: живет всех живых / В. Богдан // Дело. – 2019. – № 3. – С. 24-25.

7 Международная конференция «Radiodays Europe» / Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.radiodayseurope.com/schedule-rde-2017>. – Дата доступа: 05.09.2019.

8 Газета «Аргументы и факты» / Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aif.by/social/v_belarusi_ustanovyat_zolotoy_standart_effektivnosti_marketinga. – Дата доступа: 05.09.2019.

9 Акулич, И.Л. Маркетинг взаимоотношений: учеб.-метод. пособие / И.Л. Акулич. – Мн.: Выш.шк., 2010. – 252 с.

10 Чернышев, Д. Как люди думают / Д. Чернышев. – 5-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 304 с.

УДК 658.7

А.С. Климович, О.А. Морозевич
Белорусский государственный экономический университет
Республика Беларусь, Минск
morozevich@bseu.by

МЕТОДИКА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ УСЛУГИ (НА ПРИМЕРЕ "КРАФТТРАНС" ООО)

Klimovich A., Morozevich O. *Belarus State Economic University, Republic of Belarus, Minsk.*

LOGISTICS SERVICES' QUALITY MANAGEMENT TECHNIQUE (ON THE EXAMPLE OF "KRAFTTRANS" LLC). *The article discusses the methodology of managing the quality of logistics services based on a bi-directional assessment of the quality of all components of the logistics service. The technique was applied in the activities of the expeditionary company KRAFTTRANS LLC, specific results were obtained, and the possibility of prompt adjustment of the process of providing logistics services was provided.*

KEYWORDS: *logistics service, quality, quality management technique, KRAFTTRANS LLC*

В статье рассмотрена методика управления качеством логистической услуги, основанная на двунаправленной оценке качества всех оставляющих логистического сервиса. Методика применена в деятельности экспедиционной компании ООО «КРАФТТРАНС», получены конкретные результаты, обеспечена возможность оперативной корректировки процесса оказания логистической услуги.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: логистический сервис, качество, методика управления качеством, ООО «КРАФТ-ТРАНС»

Все чаще современный бизнес предпочитает отдавать логистику на аутсорсинг. Происходит это по ряду вполне объяснимых причин: нестабильность экономики и курсовых разниц, сезонность и оплата труда штатных специалистов. При этом, естественно, заказчик предъявляет требования как к самой логистической услуге и ее характеристикам, так и к оказываемому сервису.

Экспедиционные компании, заботясь о качестве логистической услуги, должны рассматривать транспортный процесс с двух сторон, учитывая [1]:

1) его техническую составляющую или то, ЧТО получает клиент, обратившийся за логистической услугой (технические характеристики парка транспортной компании и используемые технологии);

2) требования заказчика к сервису или то, КАК клиенту оказывается логистическая услуга.

Таким образом, оценка качества логистической услуги должна основываться на учете степени выполнения существующего стандарта оказания («врожденное» качество), а также степени удовлетворенности ожиданий клиента относительно качества оказанной услуги («приобретенное» качество). Каждая полученная комплексная оценка качества может приводить к корректировке стандарта оказания логистической услуги.

Экспедиционная компания ООО «КРАФТТРАНС» является прибыльной организацией с положительной динамикой в абсолютных показателях количества заказов, а также выручке. Текучесть кадров организации также относительно невысока. В связи со снижением маржинальной доходности от количества произведенных заказов в отделы обслуживания клиентов из отделов продаж требуется увеличение количества клиентов. Но увеличение количества

заказов будет влиять на увеличение количества штата, и тем самым потянет за собой ряд дополнительных расходов на выплату заработной платы, увеличение налогообложения. Поэтому наилучшим решением для компании будет повышение тарифов на оказываемые услуги. Возможно это только путем улучшения качества оказываемой услуги с учетом мнения клиента об оказываемом сервисе.

Учитывая составляющие логистического сервиса (рисунок 1) [2], авторами предложена и внедрена в деятельность экспедиционной компании «КРАФТТРАНС» ООО методика управления качеством логистической услуги ООО с уже заданными некоторыми параметрами.

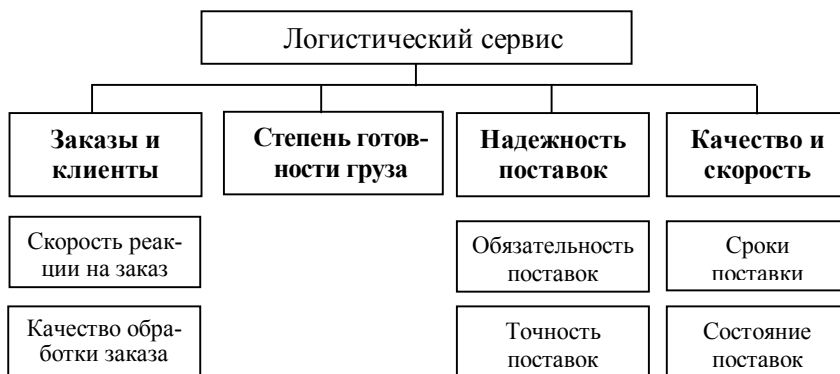


Рисунок 1 – Основные показатели оценки логистического сервиса

Примечание – Источник: собственная разработка.

В основу методики положена система BCS, сформированная в результате работы с экспертной группой, в состав которой вошли собственники, топ-менеджеры, руководители департаментов, главные специалисты, бизнес-аналитики, маркетологи и 10 ключевых клиентов. Методика включила в себя три основные группы показателей [3]:

- показатели, оценивающие работу с точки зрения клиента;
- показатели самооценки по каждому транспортному заказу для клиента;
- показатели самооценки по каждому транспортному заказу для перевозчика (транспортной компании).

Оценка качества логистической услуги ведется в формате оценки каждого транспортного заказа, который описывается с помощью ключевых показателей эффективности KPI (рисунок 2). Экспертная группа ежегодно определяет весовые показатели оценки качества по каждой компоненте логистического сервиса и устанавливает общую

норму для каждой группы показателей. Далее все оценки приводятся в соответствие, и выводится единый стандарт. Все данные фиксируются в CRM «Terrasoft», где можно посмотреть статистику и динамику по KPI-показателям компании по всем либо определенным услугам, по отделу, направлению, рынку сбыта транспортных услуг, что позволяет оперативно реагировать и вносить корректировки в работу компании, отделов, отдельных видов услуг с учетом изменения конъюнктуры макро- и микро- изменений рынка. Ответственность за корректность внесения информации несут руководители отделов.

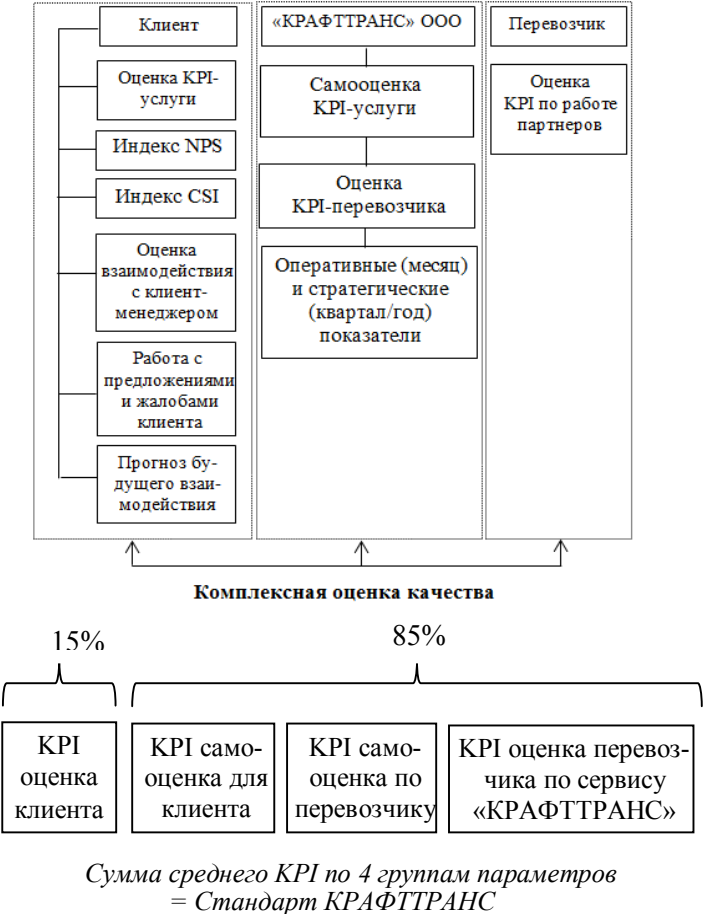


Рисунок 2 – Составляющие оценки качества логистической услуги
 Примечание – Источник: собственная разработка

По мнению современных практиков нейромаркетинга, вес оценки сервиса клиентом должен составлять от 5 до 15% от общих 100%. «КРАФТТРАНС» ООО является клиентоориентированной компанией, главной задачей видит удовлетворение своих целевых клиентов, сохранение основного портфеля целевых клиентов путем предложения эффективных и «удобных» логистических решений в рынке. Общий вес оценки для расчётов в данной методике взят 15% [4].

KPI-показатели измеряются с позиции менеджера компании, он оценивает работу подрядчика (таблица 1) и работу с клиентом (таблица 2).

Таблица 1 – KPI самооценка по каждому транспортному заказу для клиента

№	Наименование показателя	Критерии оценки	Удельный вес показателя
1	Своевременное прибытие на загрузку (время, день)	да/нет	17%
2	Своевременное прибытие на таможенную назначения (время, день)	да/нет	17%
3	Своевременное прибытие на выгрузку (время, день)	да/нет	15%
4	Страховой случай	да/нет	10%
5	Своевременное информирование о местонахождении транспорта	да/нет	15%
6	Закрывающие документы предоставлены в срок (согласно договору)	да/нет	10%
7	Корректность бухгалтерских документов	да/нет	10%
8	Простой по вине КТ	да/нет	6%

Примечание – Источник: собственная разработка.

Таблица 2 – KPI самооценка по каждому транспортному заказу для перевозчика

№	Наименование показателя	Критерии оценки	Удельный вес показателя
1	Своевременное прибытие на загрузку (время, день)	да/нет	15%
2	Своевременное прибытие на таможенную назначения (время, день)	да/нет	15%
3	Своевременное прибытие на выгрузку (время, день)	да/нет	15%
4	Техническая исправность транспорта, соответствие заявленным требованиям	да/нет	5%
5	Своевременное информирование о местонахождении транспорта	да/нет	10%
6	Предоставление копии CMR не позднее 3-х дней от даты выгрузки	да/нет	10%
7	Предоставление в срок пакета закрывающих документов	да/нет	10%
8	Корректность бухгалтерских документов	да/нет	5%
9	Простой по вине перевозчика	да/нет	5%
10	Страховой случай	да/нет	10%

Примечание – Источник: собственная разработка.

Также компанию оценивает перевозчик (таблица 3) и клиент (таблица 4). Такая оценка «360 градусов», позволяет компании практически мгновенно получать обратную связь, устанавливать мотивы поведения клиентов исходя из текущего состояния. Оценки выставляются как сотрудниками экспедиционной компании (само-оценка исполнения грузоперевозки), так и партнером по транспорту – транспортным компаниям.

Таблица 3 – КРІ оценка перевозчика о качестве сервиса

№	Наименование показателя	Шкала оценки
1	Удовлетворенность количеством предлагаемых к перевозке грузов	от 1 до 5
2	Уровень исполнения обязательств по оплате	от 1 до 5
3	Достаточность уровня информирования об особенностях загрузок	от 1 до 5
4	Оперативность и компетентность сотрудников КРАФТТРАНС	от 1 до 5
5	Необходимость расширения сервиса (Какие сервисы вы бы хотели получать от компании КРАФТТРАНС?)	

Примечание – Источник: собственная разработка.

Таблица 4 – Анкетирование клиента

№	Наименование показателя	Шкала оценки
1	Своевременный забор груза	от 1 до 5
2	Своевременная доставка груза	от 1 до 5
3	Сохранность груза	от 1 до 5
4	Своевременное информирование о местонахождении груза	от 1 до 5
5	Качество и своевременность документарного сервиса компании КРАФТТРАНС	от 1 до 5
6	Оперативность и компетентность сотрудников КРАФТТРАНС	от 1 до 5
7	Какие именно сервисы компании КРАФТТРАНС Вы наиболее вероятно ПОРЕКОМЕНДУЕТЕ друзьям, коллегам или знакомым?	
8	Есть ли сервисы компании КРАФТТРАНС, которые Вы точно НЕ БУДЕТЕ рекомендовать? Какие?	
9	Были ли со стороны КРАФТТРАНС факты отказа от перевозок по согласованным заявкам? Сколько?	

Примечание – Источник: собственная разработка.

На основе предлагаемой методики оценки качества логистической услуги выстроена система управления качеством в компании КРАФТТРАНС, основанная на предлагаемом алгоритме (рисунок). Такой подход позволяет выявить системные проблемы в реализации логистических бизнес-процессов.

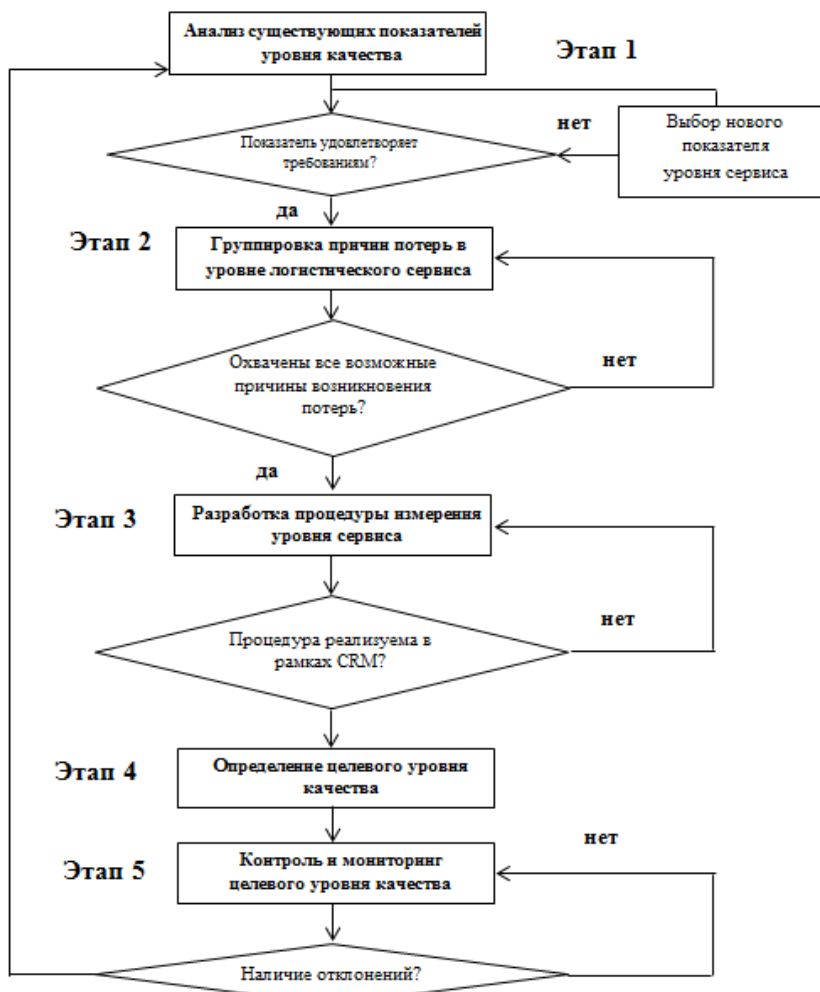


Рисунок 3 – Процесс управления качеством логистической услуги
Примечание – Источник: собственная разработка

На основе предложенного алгоритма подвергается доработке и усовершенствованию логистический сервис «КРАФТТРАНС» ООО согласно представлениям клиента об уровне сервиса.

Анализ позволил выявить наиболее важные критерии для клиентов, удовлетворенность по которым ниже или равна важности (рисунок 4):

- оперативность и полнота предоставления информации о перемещении груза;
- соблюдение сроков доставки грузов;
- стоимость услуг.



Рисунок 4 – Составляющие качества логистической услуги
 Примечание – Источник: собственная разработка

Сильными сторонами сервиса ООО «КРАФТТРАНС» (удовлетворенность выше, чем важность) являются:

- оформление сопроводительных документов быстро и в срок;
- реагирование в случае возникновения нестандартных ситуаций;
- оперативное реагирование на запросы;
- профессионализм и компетентность сотрудников;
- общая удовлетворенность услугами компании.

Литература:

1 Климович, А.С., Морозевич, О.А. Definition of quality integrated assessment through the spectacle of marketing / А.С. Климович, О.А. Морозевич // Экономика глазами молодых : сборник статей XI Международного экономического форума молодых ученых

(Минск, 28–29 сентября 2018 г.) / редкол.: А.А. Быков [и др.]. – Минск : БГАТУ, 2018. – С.254-257.

2 Климович, А.С. Исследование качества услуг существующей клиентской базы для сферы услуг на рынке B2B в логистике / А.С. Климович // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы / Под общей редакцией д.э.н., проф. Акулича И.Л. – Минск : А.Н. Вараксин, 2019. – С. 294-300.

3 Климович, А.С. Управление качеством продукции в концепции маркетинга / О.А. Морозевич, А.С. Климович // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сборник научных трудов / [под общ. ред. И.Л. Акулича] ; Белорус. гос. экон. ун-т [и др.]. – Минск : А.Н. Вараксин, 2018. – С. 187-189.

4 Льюис, Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя / Дэвид Льюис ; пер. с англ. М. Мацковской. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2016. – 304 с.

УДК 334.01

A.A. Kuish, V.A. Kashley
Belarusian National Technical University
Republic of Belarus, Minsk
aakuish@mail.ru, veronika.kashley@gmail.com

5 LEVELS OF LOGISTICS SERVICE

Куиш А.А., Кашлей В.А. Белорусский национальный технический университет, Республика Беларусь, Минск.

5 УРОВНЕЙ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА. В данной статье рассмотрены виды логистических PL-провайдеров и особенности, принципы градации этих операторов, выделены основные проблемы перехода от одного PL-провайдера к другому в Республике Беларусь, а также указано, какие страны занимают на данный момент лидирующие позиции в сфере логистического обслуживания.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: логистика; логистические услуги; pl-провайдер; уровень обслуживания.

In this article the types and features of logistics service providers are investigated. The principles of gradation of these operators are considered. Besides the main problems of transition from one PL provider to another one in Republic of Belarus are analysed.

KEYWORDS: logistic; logistics service; pl-provider; level of service.