

ЛОГИСТИКА

Научная статья

УДК 656.135:338.512

DOI: 10.36535/0236-1914-2022-11-3

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОМПАНИИ

Смирнова Анна Владимировна, Мухина Инесса Игорьевна

Российский университет транспорта, Москва, Россия
smirnova_a.v@mail.ru, inigmu@mail.ru

Изьюмова Наталья Юрьевна

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и
Николая Григорьевича Столетовых, Владимир, Россия
kig.vlsu@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены логистические аспекты управления клиентоориентированностью при формировании системы распределения компании. В исследовании выделено три варианта доставки, на основе метода анализа иерархий рассчитаны рейтинги каждого из них, сделан вывод о преимуществе доставки товаров наемным транспортом, который находится в собственности у сотрудников.

Ключевые слова: логистические аспекты, система распределения, управление клиентоориентированностью, качество обслуживания, метод анализа иерархии

Для цитирования: Смирнова А.В., Мухина И.И., Изьюмова Н.Ю. Логистические аспекты системы распределения компании // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. 2022. № 11. С. 18-24. DOI: 10.36535/0236-1914-2022-11-3.

LOGISTICS

Scientific article

LOGISTICS ASPECTS OF THE COMPANY'S DISTRIBUTION SYSTEM

Anna V. Smirnova, Inessa Igorevna Mukhina

Russian University of Transport, Moscow, Russia
smirnova_a.v@mail.ru, inigmu@mail.ru

Natalia Yurievna Izyumova

Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and
Nikolai Grigoryevich Stoletov, Vladimir, Russia
kig.vlsu@mail.ru

Abstract. The logistical aspects of customer orientation management in the formation of the company's distribution system are considered. The study identifies three delivery options, based on the method of hierarchy analysis, the ratings of each of them are calculated, and a conclusion is made about the advantage of delivering goods by hired transport, which is owned by employees.

Keywords: logistics aspects, distribution system, customer orientation management, service quality, hierarchy analysis method

For citation: Smirnova A.V., Mukhina I.I., Izyumova N.Yu. Logistic aspects of the Company's Distribution System // Transport: science, equipment, management. Scientific information collection. 2022. № 11. С. 18-24. DOI: 10.36535/0236-1914-2022-11-3.

Введение

Ключевым параметром экономической эффективности деятельности компании и значимым фактором развития и становления предприятия является удовлетворенность как внешних, так и внутренних клиентов [1]. Также степень удовлетворенности клиентов является критерием оценки качества взаимоотношений между компанией и клиентом. Обозначенный параметр показывает степень удовлетворенности клиента результата-

ми, то есть оказанными услугами и условиями выполнения обслуживания клиентов компании, то есть, иными словами, насколько клиентоориентирована та или иная компания. С одной стороны, данный факт указывает на то, что российский рынок демонстрирует невысокий уровень развития, то есть отсутствие диверсификации, данное явление можно обозначить как негативное. С другой стороны, невысокий уровень диверсификации может послужить, так называемым, импульсом

для развития и роста предложений в рамках повышения качества обслуживания клиентов. Процесс обслуживания клиентов ограничен множеством факторов и условий. В ходе осуществления процесса обслуживания клиентов обеспечение высокого качества в рамках многостороннего взаимодействия предприятий сложно выполнимая задача.

Качество обслуживания клиентов – это значимый фактор экономического успеха предприятия [2]. Качество обслуживания и удовлетворенность клиентов не могут быть отделены друг от друга, поэтому их лояльность выражается в сторонниках компании, нейтральных потребителей и критиков.

Чем выше уровень обслуживания, тем больше лояльных клиентов, что оказывает влияние на имидж предприятия. В то же время для обеспечения высокой степени удовлетворенности клиентов необходимо обеспечить индивидуальный подход к каждому клиенту со стороны компании, а это, в свою очередь, увеличивает затраты предприятия в сфере распределения товаров и услуг. Применение логистических инструментов позволяет сформировать рациональную систему распределения товаров или услуг компании и подсистему обслуживания клиентов как часть системы распределения [3].

При этом расхождение интересов, так называемая дивергенция часто приводит к росту транзакционных издержек предприятия и соответственно к критическому падению степени удовлетворенности клиента. Поэтому при принятии решений по совершенствованию транспортного обслуживания клиентов необходим поиск оптимального варианта доставки, направленного на максимизацию прибыли, минимизацию затрат и синергию выгод на уровне агломерата.

Одним из важнейших вопросов в подсистеме обслуживания клиентов является обеспечение качества доставки заказов [4]. Выполнять транспортирование заказов клиентам силами предприятия или привлечь транспортного посредника? Выбор каждой из альтернатив сопровождается определенными затратами и рисками. В то же время качество данной услуги существенно влияет на имидж компании и обеспечивает клиентоориентированность.

Чтобы эффективно повышать уровень обслуживания клиентов, необходимо иметь представление каким образом последние оценивают полезный эффект оказанных предприятием услуг, исходя из результата, который они ожидают получить, вне зависимости от имеющегося в данный момент уровня качества обслуживания. Характеристики подсистемы обслуживания клиентов, к сожалению, не всегда являются отождествляют их потребности. Восприятие компанией нужд клиентов должно быть детальным и глубоким, это способствует принятию более взвешенных решений в области обслуживания клиентов.

Применение логистических аспектов к управлению клиентоориентированностью позволит рационально спроектировать систему распределения товаров и услуг, особенно подсистему обслуживания клиентов. Целью данной статьи является предложить и описать применения метода анализа иерархий для выбора варианта доставки товаров клиентам на примере оптовой компании.

Материалы и методы

При проектировании системы распределения товаров в части подсистемы обслуживания клиентов оптовой компании необходимо принять решение о выборе варианта доставки товаров своим клиентам [5].

Правильный вариант обеспечения доставки грузов, в части выбора перевозчика, вида транспорта, варианта схемы движения, имеет серьезное значение для предприятия и перспектив его развития, способствует повышению эффективности управления грузопотоками в системе распределения, а также организации обслуживания клиентов.

Организация потоков при использовании логистического подхода рассматривается как регулярный и целенаправленный процесс, оказывающий воздействие на различные уровни и стадии движения товаров, формирующий факторы и условия, которые обеспечивают достижение и поддержание продуманной и эффективной организации процесса транспортировки грузов.

Логистическая концепция, лежащая в основе и формирующая механизм объединения транспортных и сбытовых процессов системы распределения предприятия, напрямую связана с разработкой эффективного организационного и управленческого обеспечения в целях удовлетворения требований.

Формирование продуманной стратегии клиентоориентированного сервиса, поддержание высокого уровня обслуживания при распределении товаров является наиболее значимым фактором успешного развития предприятия, приводит к увеличению числа лояльных клиентов, образует благоприятный имидж компании. Необходимость в обеспечении высокого уровня обслуживания связана с высоким уровнем конкуренции на рынке, а также заинтересованностью предприятия соответствовать требованиям клиентов.

В рамках исследования было выделено три варианта обеспечения доставки: силами собственного автопарка, воспользоваться услугами транспортной компании или привлечь наемный транспорт. Выбор конкретного варианта транспортировки зависит от ряда внешних факторов.

Преимуществами использования собственного транспорта являются: высокая доступность транспортного ресурса (возможность более точного планирования их использования); высокая эффективность и качество доставки; прямое управление собственным транспортным хозяйством; отсутствие проблем коммуникаций с транспортной компанией; отсутствие риска ненадежного делового партнера; гибкость логистического сервиса; повышенная ответственность водителей [6].

Недостатки использования собственного транспорта состоят в следующем: сложность организации собственного транспортного хозяйства; проблема холостых пробегов; возможные простои; риски, связанные с инвестированием финансовых средств в создание собственного транспортного хозяйства; рост постоянных затрат.

Также организация транспортировки силами транспортно-логистических компаний имеет свои преимущества, такие как: большой диапазон возможных размеров и типов транспортного средства; решение проблем порожних пробегов, простоя и недозагрузки транспорта; существенно ниже риски неэффективного использова-

ния вложенных в создание парка транспортных средств; решение проблем грузоперевозок и экспедирования передается в руки профессионалов, имеющих большой опыт в транспортировке; компания получает возможность сосредоточить свое внимание на главных стратегических целях своего предприятия [7].

Недостатками использования услуг транспортно-логистических компаний являются: сложность прямого влияния на внутреннее управление транспортно-логистической компании и подчинение ее требованиям к обслуживанию клиентов; зависимость от колебаний транспортных услуг; риск ненадежности делового партнера и срыва подачи транспортного средства, несмотря на заключение договора и согласованные планы отгрузок.

Использование наемного транспорта сочетает в себе преимущества доставки собственным автопарком и транспортной компанией. Преимуществами доставки наемным транспортом являются: высокая эффективность и качество работы; гибкость работы; повышенная ответственность; отсутствие необходимости существенных финансовых вложений и др. [8].

Исследование системы распределения совмещает в себе, с одной стороны неоднозначную, расплывчатую, но объективную, информацию, с другой - применение жестких и четких методов её обработки. Как следствие этого, возникает необходимость в соответствующем подходе для преобразования изучаемых проблем формирования распределительной системы в доступный вид для применения методов обработки анализируемой информации.

В рамках исследования было принято решение рассчитать рейтинг каждого варианта доставки и выбрать тот вариант доставки, чей рейтинг максимален. Для реализации этой цели наиболее подходит метод анализа иерархий.

Метод анализа иерархий, его еще называют метод парных сравнений, систематизированный Т. Саати, является процедурой для иерархического представления различных элементов [9]. Метод основан на декомпозиции проблемы на элементы и последующее сравнение экспертом этих составляющих. По итогу парного сравнения высчитывается степень важности одного элемента над другим. Далее предпочтения преобразуются по шкале сравнений в оценки, а затем устанавливаются приоритеты [10]. При этом весь процесс оценки проверяется на степень согласованности мнений опрашиваемых экспертов.

Как результат, качественно, посредством использования словесных формулировок, которые далее выражаются в виде чисел, появляется возможность определения интенсивности взаимодействия факторов в иерархии. Синтез множественных суждений, возможность получения приоритетных факторов, а также формирование вариантов решений выделяет метод анализа иерархий среди других видов экспертных оценок, дает возможность при оценивании учитывать согласованность мнений экспертов. Заложенный в методе подход к выбору альтернативы зависит от способности эксперта, подходить к оценке творчески и обязательно логически взвешивать принимаемые решения, выделять события, и, конечно, устанавливать взаимосвязи между ними.

Результаты исследований

Выбор варианта доставки заказов клиентов оптовой компании осуществляется с помощью парного сравнения на основе метода анализа иерархий. С целью применения метода структурируем проблему в виде иерархии элементов, таких как цель, факторы выбора и варианты доставки (рис.1).



Рис.1. Иерархия принятия решения о выборе варианта доставки товаров клиентам

Целью является обеспечение высокого качества доставки товаров клиентам. Для осуществления выбора с помощью опросов руководителей отделов, принимающих решения в данной области и сотрудников, взаимодействующих с клиентами, были выявлены следующие факторы [11]:

- размер первоначальных финансовых инвестиций;
- риск финансовых потерь;
- стоимость доставки заказа;
- своевременность доставки и сохранность груза;

- возможность контроля и влияние на перевозчика;
- ответственность за транспортировку грузов.

В качестве вариантов осуществления доставки были выделены: собственным автопарком, силами транспортно-логистических компаний и наемным транспортом. Определение оптимального варианта транспортировки грузов рассчитывается как рейтинг в пересчете на вес каждого рассмотренного фактора. На первом этапе парного сравнения необходимо рассчитать вес каждого фактора (таблицу 1).

Расчет веса факторов для оценки вариантов доставки товаров

№	Наименование фактора	№ фактора						Произв.	Корень N-ст.	Вес факт.
		1	2	3	4	5	6			
1	Размер первоначальных финансовых инвестиций	1	0,25	5	0,25	4	3	3,75	1,25	0,142
2	Риск неоправданности инвестиций	4	1	8	4	6	9	6912	4,36	0,497
3	Стоимость доставки заказа	0,2	0,13	1	0,33	0,25	3	0,01	0,43	0,049
4	Своевременность доставки и сохранность груза	4	0,25	3	1	2	3	18	1,62	0,184
5	Возможность контроля и влияние на перевозчика	0,25	0,17	4	0,5	1	3	0,25	0,79	0,09
6	Гибкость перевозчика	0,33	0,11	0,33	0,33	0,33	1	0,00	0,33	0,038
	Итого	9,78	1,9	21,3	6,42	13,6	22	6934,01	8,79	1,00

После того как массив для расчета весов факторов сформирован, необходимо проверить беспристрастность суждений лиц, производивших оценку. Подтвердить факт непредвзятости оценки может показатель отношение согласованности (ОС), значение его не должно быть меньше 0,1. Расчет показателя согласованности суждений по определению весов факторов: $\lambda_{\max} = 9,78 * 3,75 + 1,9 * 6912 + 21,33 * 0,01 + 6,42 * 18 + 13,58 * 0,25 + 22 * 0,00 = 6,62$. Индекс согласованности: $ИС = (6,62 - 6) / 5 = 0,12$. $ОС = 0,12 / 1,24 = 0,0967$.

$ОС < 0,1$, следовательно, условие согласованности выполняется.

Показатели случайной согласованности указаны в таблице 2.

Таблица 2

Показатель случайной согласованности

Размер матрицы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПСС	0	0	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

Отношение согласованности: $ОС = 0,12 / 1,24 = 0,0967$. $ОС < 0,1$, следовательно, условие согласованности выполняется.

Исходя из расчетов можно сделать вывод, что самый значимый фактор - риск неоправданности инвестиций, далее следует своевременность доставки и сохранность груза, после чего размер первоначальных финансовых вложений и остальные факторы.

Следующим этапом необходимо рассчитать рейтинг каждого варианта доставки по фактору «Размер первоначальных финансовых инвестиций», расчет представлен в таблице 3.

- 1 вариант – создание собственного автопарка.
- 2 вариант – использование услуг транспортных компаний.
- 3 вариант – собственная доставка с наемным транспортом (персонал со своим ТС).

Таблица 3

Рейтинг по фактору «Размер первоначальных инвестиций» каждого варианта доставки

№ фактора	№ фактора			Произвед.	Корень N-ст.	Рейтинг
	1	2	3			
1	1,00	0,14	0,17	0,02	0,29	0,07
2	7,00	1,00	2,00	14,00	2,41	0,58
3	6,00	0,50	1,00	3,00	1,44	0,35
Итого	14,00	1,64	3,17	17,02	4,14	1,00

Расчет показателя согласованности: $\lambda_{\max} = 3,03$.

Индекс согласованности: $ИС = 0,02$. $ОС = 0,0279$. $ОС < 0,1$, следовательно, условие согласованности выполняется.

По данным таблицы видно, что максимальный рейтинг по фактору «Размер первоначальных финансовых инвестиций» определен у доставки силами транспортной компании, это связано с тем, что у организации нет необходимости приобретать в собственность транспортные средства, а также нести расходы с организацией дополнительных рабочих мест.

Далее третьим этапом необходимо рассчитать рейтинг каждого варианта по фактору «Риск финансовых потерь», который представлен в таблице 4.

Таблица 4

Рейтинг вариантов доставки по фактору «Риск финансовых потерь»

№ фактора	№ фактора			Произвед.	Корень N-ст.	Рейтинг
	1	2	3			
1	1,00	0,14	0,17	0,02	0,29	0,07
2	7,00	1,00	1,00	7,00	1,91	0,48
3	6,00	1,00	1,00	6,00	1,82	0,45
Итого	14,00	2,14	2,17	13,02	4,02	1,00

Расчет показателя согласованности: $\lambda_{\max} = 2,91$.

Индекс согласованности: $ИС = 0,04$. $ОС = 0,0742$. $ОС < 0,1$, следовательно, условие согласованности выполняется.

В данном случае рейтинг максимальный также у доставки силами транспортной компанией, так как риск неоправданности инвестиций является минимальный, что напрямую зависит от отсутствия необходимости крупных первоначальных финансовых инвестиций. Важно отметить, что рейтинг доставки транспортными средствами, находящимися в собственности персонала, практически соответствует доставке транспортной компанией.

На четвертом этапе осуществляют расчет рейтинга по фактору «Стоимость доставки» представлен в таблице 5.

Таблица 5

Рейтинг вариантов доставки по фактору «Стоимость доставки»

№ фактора	№ фактора			Произвед.	Корень N-ст.	Рейтинг
	1	2	3			
1	1,00	3,00	0,20	0,60	0,84	0,21
2	0,33	1,00	0,25	0,08	0,44	0,11
3	5,00	4,00	1,00	20,00	2,71	0,68
Итого	6,33	8,00	1,45	20,68	3,99	1,00

Расчет показателя согласованности: $\lambda_{\max} = 3,08$. Индекс согласованности: ИС = 0,04. ОС = 0,0732. ОС < 0,1, следовательно, условие согласованности выполняется.

Рейтинг по фактору «Стоимость доставки» рассчитан предварительно, основываясь на прогнозах возможной себестоимости перевозок различными вариантами. Максимальный рейтинг принадлежит доставке наемным транспортом персонала, это связано с тем, что отсутствует необходимость приобретать транспортные средства в собственность организации, а также есть возможность получение дополнительной прибыли за счет доставки товаров партнерами.

На пятом этапе определяют рейтинг каждого варианта доставки по фактору «Своевременность доставки и сохранность груза» (таблица 6).

Таблица 6

Рейтинг вариантов доставки по фактору «Своевременность доставки и сохранность груза»

№ фактора	№ фактора			Произвед.	Корень N-ст.	Рейтинг
	1	2	3			
1	1,00	8,00	1,00	8,00	2,0	0,49
2	0,13	1,00	0,17	0,02	0,28	0,07
3	1,00	6,00	1,00	6,00	1,82	0,44
Итого	2,13	15,00	2,17	14,02	4,1	1,00

Расчет показателя согласованности: $\lambda_{\max} = 3,05$. Индекс согласованности: ИС = 0,025. ОС = 0,0431. ОС < 0,1, следовательно, условие согласованности выполняется.

Рейтинг по фактору «Своевременность доставки и сохранность груза» максимальный при доставке силами транспортных средств, принадлежащим компании, так как сотрудники будут максимально заинтересованы в результате и будут находиться в непосредственном подчинении своего руководителя, в то же время как работа

транспортной компании мало зависит от влияния предприятия, передающего функцию доставки в аутсорсинг. Необходимо отметить, что рейтинг варианта доставки наемным транспортом немного отстает от лидера.

На шестом этапе рассчитывают рейтинг вариантов доставки по фактору «Возможность контроля и влияния на перевозчика» (таблица 7).

Таблица 7

Рейтинг вариантов доставки по фактору «Возможность контроля и влияния на перевозчика»

№ фактора	№ фактора			Произвед.	Корень N-ст.	Рейтинг
	1	2	3			
1	1,00	8,00	2,00	16,00	2,52	0,6
2	0,13	1,00	0,17	0,02	0,28	0,07
3	0,50	6,00	1,00	3,00	1,44	0,33
Итого	1,63	15,00	3,17	19,02	4,24	1,00

Расчет показателя согласованности: $\lambda_{\max} = 3,09$. Индекс согласованности: ИС = 0,04. ОС = 0,0768. ОС < 0,1, следовательно, условие согласованности выполняется.

Рейтинг по фактору «Возможность контроля и влияния на перевозчика» максимальный при доставке силами транспортных средств, принадлежащим компании, так как сотрудники будут максимально заинтересованы в результате и будут находиться в непосредственном подчинении своего руководителя, в то время как работа транспортной компании мало зависит от влияния предприятия, передающего функцию доставки в аутсорсинг.

На седьмом этапе осуществляют оценку вариантов доставки по критерию «Гибкость перевозчика» (таблица 8).

Таблица 8

Рейтинг вариантов доставки по фактору «Гибкость перевозчика»

№ фактора	№ фактора			Произвед.	Корень N-ст.	Рейтинг
	1	2	3			
1	1,00	9,00	2,00	18,00	2,62	0,62
2	0,11	1,00	0,20	0,02	0,28	0,06
3	0,50	5,00	1,00	2,50	1,36	0,32
Итого	1,61	15,00	3,20	20,52	4,26	1,00

Расчет показателя согласованности: $\lambda_{\max} = 3,09$. Индекс согласованности: ИС = 0,04. ОС = 0,07544. ОС < 0,1, следовательно, условие согласованности выполняется.

Фактор «Гибкость перевозчика» выражается в возможности предоставление необходимых услуг клиенту (оплата картой при получении, подъем товара на этаж до квартиры, утилизация старого изделия и прочее). Очевидно, что максимальный рейтинг будет при доставке собственными транспортными средствами, так как в данном случае возможностей будет больше.

Итоговый рейтинг вариантов доставки содержится в таблице 9.

Таблица 9

Итоговый расчет рейтинга вариантов доставки товаров клиентам

№	Наименование фактора	Вес фактора	Рейтинг вариантов			Взвешенный рейтинг выбора вариантов доставки по фактору		
			1	2	3	1	2	3
1	Размер первоначальных финансовых инвестиций	0,14	0,07	0,58	0,35	0,01	0,08	0,05
2	Риск финансовых потерь	0,50	0,07	0,48	0,45	0,03	0,23	0,22
3	Стоимость доставки заказа	0,05	0,21	0,11	0,68	0,01	0,01	0,03
4	Своевременность доставки и сохранность груза	0,18	0,49	0,07	0,44	0,11	0,01	0,06
5	Возможность контроля и влияние на перевозчика	0,09	0,6	0,07	0,33	0,05	0,01	0,03
6	Гибкость перевозчика	0,04	0,62	0,06	0,32	0,02	0,002	0,01
Итого		1,00	–	–	–	0,24	0,34	0,41

Итоговый рейтинг свидетельствует о том, что наиболее выгодной для организации является доставка товаров наемным транспортом, который находится в собственности у сотрудников. Это связано с целым рядом преимуществ: отсутствие необходимости первоначальных финансовых вложений в приобретение транспортных средств, возможность достижения высокого уровня сервиса, возможность получения дополнительной прибыли для организации, гибкость службы доставки, а также возможность непосредственного влияния и контроля службы доставки.

Следовательно, оптовой компании необходимо рассмотреть данный вариант доставки, при котором необходим найм сотрудников, имеющих в собственности транспортные средства или, как альтернативный вариант - заключение договоров сотрудничества с частными перевозчиками с собственными транспортными средствами.

Заключение

В целом интеграция транспортных процессов в систему распределения компании должна осуществляться на основе принципов логистики, а рациональное формирование подсистемы обслуживания клиентов и высокий уровень качества оказываемых услуг способны повысить клиентоориентированность предприятия. С целью повышения эффективности функционирования системы распределения, особенно в части подсистемы обслуживания клиентов предлагаем внедрить в последовательность формирования подсистемы сервиса следующий алгоритм выбора варианта доставки товаров клиентам:

1. Составить иерархию проблемы, а именно выявить цель, факторы выбора и варианты доставки

2. Провести парное сравнение выявленных вариантов доставки товаров клиентам

2.1. Рассчитать веса факторов парной оценки вариантов доставки

2.2. Оценить беспристрастность суждений экспертов по расчету весов факторов

2.3. Рассчитать оценку каждого варианта доставки по фактору «Размер первоначальных инвестиций»

2.4. Определить согласованность суждений экспертов по оценке каждого варианта доставки в разрезе фактора «Размер первоначальных инвестиций»

2.5. Рассчитать оценку каждого варианта доставки по фактору «Риск финансовых потерь»

2.6. Определить согласованность суждений экспертов по оценке каждого варианта доставки по фактору «Риск финансовых потерь»

2.7. Рассчитать оценку каждого варианта доставки по фактору «Стоимость доставки»

2.8. Определить согласованность суждений экспертов по оценке каждого варианта доставки по фактору «Стоимость доставки»

2.9. Рассчитать оценку каждого варианта доставки по фактору «Своевременность доставки и сохранность груза»

2.10. Определить согласованность суждений экспертов по оценке каждого варианта доставки по фактору «Своевременность доставки и сохранность груза»

2.11. Рассчитать оценку каждого варианта доставки по фактору «Возможность контроля и влияния на перевозчика»

2.12. Определить согласованность суждений экспертов в рамках оценки каждого варианта доставки по фактору «Возможность контроля и влияния на перевозчика»

2.13. Рассчитать оценку каждого варианта доставки по фактору «Гибкость перевозчика»

2.14. Определить согласованность суждений экспертов по оценке каждого варианта доставки по фактору «Гибкость перевозчика»

2.15. Рассчитать итоговый рейтинг вариантов доставки товаров клиентам

3. Выбрать вариант доставки товаров на основе полученных итоговых рейтингов. Выбор осуществляется в пользу того варианта, чей рейтинг максимален.

Внедрение данного алгоритма в последовательность формирования подсистемы обслуживания клиентов позволит периодически проверять адекватность оказываемого обслуживания требованиям рынка и ожиданиям клиентов, а также управлять клиентоориентированностью компании.

Рассмотрены логистические аспекты управления клиентоориентированностью при формировании системы распределения оптовой компании. С помощью метода парных сравнений рассчитаны рейтинги и сделан вывод о преимуществе доставки товаров наемным транспортом, который находится в собственности у сотрудников.

Необходимость применения логистического подхода в хозяйственной деятельности предприятий обусловлена переходом от рынка продавца к рынку покупателя, данный переход требует незамедлительного реагирования распределительной системы и подсистемы обслуживания на возникающие и осязаемые потребности клиентов.

Список источников

1. Изюмова Н.Ю. Инновационные подходы к формированию распределительных систем в торговле // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 8 (121). – С. 712-716.
2. Мухина И.И., Смирнова А.В. Финансовый контроллинг как инструмент повышения эффективности функционирования организации // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2019. № 5. С. 127-133.
3. Леоненко Е.А., Кунев С.В., Чиндяйкина Н.Н. Характеристика организации и процесса управления сбытовой деятельностью на примере ОАО «Ламзурь» // Научное обозрение: теория и практика. – 2020. – № 6 (74), т. 10. – С. 1001-1015.
4. Vrazhinova, M.N., Panteleeva, T.A., Vysotskaya, N.V., Chekadanova, M.V., Reznik, E.A., &Freydina, I.A. (2019). The economic security of companies within the petroleum machine-building sector in a climate of changing market conditions: modeling risks. International journal of recent technology and engineering. 8(2). (pp. 4425-4429).
5. Mikhaylyk M., Mamaev E., & Baginova V. (2019). Empirical markers in the concept of digital logistics of multichannel supply chains. In M., Mikhaylyk, E, Mamaev & V., Baginova, (Eds.). Proceedings from E3S WEB OF CONFERENCES: Topical problems of architecture, civil engineering and environmental economics. Moscow, Russia: EDP Sciences.
6. Изюмова Н.Ю. Формирование цепи доставки скоропортящейся продукции: факторы и основные тенденции // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 8 (121). – С. 1050-1053.
7. Мархайчук М.М., Тобиен М.А. Методика определения приоритетных рынков НТИ с учетом отраслевой специализации региона // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. - № 9, т. 2 (105). – С. 76-84.
8. Жуковская И.Ф., Ивлиева Н.Н., Труфанова С.А. Анализ прямых и косвенных методов стимулирования исследований и разработок в РФ // Проблемы теории и практики управления. – 2021. – № 1. – С. 129-147.
9. Осинцев Н.А., Рахмангулов А.Н., Багинова В.В. Инновации в области зелёной логистики // Мир транспорта. 2018. Т. 16. № 3 (76). С. 220-234.
10. Валеева Ю.С., Гатина Э.А., Багрова Е.А. Методические подходы к управлению клиентоориентированностью в системе развития услуг розничных торговых сетей // Научное обозрение: теория и практика. – 2019. – № 10 (66), т. 9. – С. 1560-1567.
11. Zhuckovskaya, I. F., Panshin, I. V., &Markhaichuk, M. M. (2020, December). Digitalization of Labor as a Key Factor in the Development of Logistic Activities in the Conditions of COVID-19. In Proceedings of the International Conference Digital Age: Traditions, Modernity and Innovations (ICDATMI 2020) (pp. 284-291). AtlantisPress.

Информация об авторах

Смирнова А. В. – кандидат экон. наук, доцент кафедры «Логистика и управление транспортными системами».

Мухина И. И. – кандидат экон. наук, доцент кафедры «Логистика и управление транспортными системами».

Изюмова Н. Ю. – старший преподаватель кафедры «Коммерции и технологии торговли».

Information about the author

Smirnova A.V. – Ph. D. (Econ.), Associate Professor of the Department of Logistics and Management of Transport Systems.

Mukhina I. I. – Ph. D. (Econ.), Associate Professor of the Department of Logistics and Management of Transport Systems.

Izyumova N. Yu. - Senior lecturer of the Department of Commerce and Trade Technology.

Статья поступила в редакцию 25.07.2022, одобрена после рецензирования 25.08. 2022, принята к публикации 20.09.2022.

The article was submitted 25.07.2022, approved after reviewing 25.08.2022, accepted for publication 20.09.2022.

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

All authors have made an equivalent contribution to the preparation of the publication. The authors declare that there is no conflict of interest.