

Эффект от предложенной разработанной системы грейдинга отразится не только на прибыли и выручки, но и на деятельности предприятия в целом, производительности труда и выработки. Помимо вышеперечисленного, система грейдинга позволит повысить мотивацию сотрудников, а также оценить общую трудовую деятельность в долгосрочной перспективе.

Список цитированных источников

1. How flexible rewards are playing a key role in employee engagement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eu.com/en>. – Дата доступа: 01.04.2024.

2. Давыдов, Е. В. Использование грейдинга для реализации стимулирующей функции в системе мотивации персонала: отечественный и зарубежный опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>. – Дата доступа: 01.04.2024.

3. Постановление Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 27.01.2020 N 11 (ред. от 12.05.2020) «О признании утратившими силу постановлений Министерства труда Республики Беларусь и Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь»

4. ООО «ЭлектроСпектрПроект» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://oooelektroproek.ucoz.ru/index/0-2>. – Дата доступа: 2024.

УДК 658.818

Домино А. С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Вакулич Н. А.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ

Сегодня услуги начинают играть важную роль в успехе любой компании. Компании все чаще идут на уступки потребителям при продаже товаров и услуг. Качество обслуживания – один из факторов, влияющих на готовность потребителей приобретать товары и услуги и возвращаться в магазин. Сотрудники компании несут ответственность за предоставление хорошего обслуживания. Они играют важную роль в обслуживании покупателей, посещающих магазин. Таким образом, количество и качество услуг, привлекательных для продажи товаров и услуг, в значительной степени определяет успех сервисных компаний на рынке и способствует увеличению объема продаж.

Предпродажные услуги связаны с подготовкой к продаже товаров и услуг, собственно продажей и привлечением покупателей. Эти услуги позволяют покупателям лучше ознакомиться с товаром или услугой до того, как они его приобретут. Это важный элемент конкурентоспособности товара.

Послепродажное обслуживание включает в себя все виды услуг, предоставляемых покупателю, начиная с момента продажи или обслуживания товара и заканчивая его утилизацией [1].

Согласно статье 25 Федерального закона РФ "О защите прав потребителей", N 2300-1 от 7 февраля 1992 года (ред. от 31 июля 2020 года), товар или оказанная услуга могут быть заменены и возвращены в течение 14 дней. Некоторые компании, например "Uniqlo", предлагают обмен и возврат в течение 30 дней, что является положительным моментом для привлечения покупателей.

Предоставление качественного сервисного обслуживания становится нормой деловой жизни, игнорировать которую нельзя. Предоставление высококачественных сопутствующих услуг – вопрос жизни многих предприятий.

Наиболее эффективным и надежным инструментом улучшения качества обслуживания покупателей в странах западной Европы, в особенности в последние 3–4 года, является Mystery Shopping. Mystery Shopping – метод маркетинговых исследований, предполагающий оценку качества обслуживания с помощью специалистов, выступающих в роли подставных «тайнственных покупателей». Рассмотрим процедуру проведения Mystery Shopping. Сначала тайному покупателю выдаётся задание и инструкция, как он должен себя вести, что спрашивать и на что обращать внимание. Затем идёт осмотр магазина, разговор с продавцами, оценивание их работы. Тайный покупатель все анализирует и делает выводы. После посещения магазина создается отчет, где могут быть отражены сильные и слабые стороны магазина. По этому отчету менеджеры магазины делают выводы и ищут способы исправить имеющиеся недостатки [3].

Специалист в сфере сервиса – профессионально подготовленный специалист. Одним из важнейших требований к психологическим качествам человека в сфере сервиса является умение избегать конфликтных ситуациях. Часто возникают спорные ситуации с потребителями, когда работник прав, но вынужден занимать позицию покупателя, ведь «клиент всегда прав». Гораздо важнее продать товар или услугу, нежели доказать свою правоту.

Важнейшими качествами, которыми должен обладать специалист, работающий в сфере сервиса, являются:

- 1) умение общаться, выявлять потребности клиента и удовлетворять их;
- 2) способность быстро и самостоятельно находить решения в спорных и конфликтных ситуациях;
- 3) высокая профессиональная компетентность и специальная подготовка в сфере сервиса [5].

Профессиональные стандарты (квалификационные требования) утверждены постановлением Министерства труда и социального развития Российской Федерации № 8 от 17 мая 1999 г. Согласно этим стандартам, сотрудник должен соответствовать определенным требованиям, обладать знаниями и умениями.

Для примера далее будут представлены кейсы различных компаний, которые улучшают обслуживание клиентов. Одной из компаний, которые предоставляют данные кейсы, является Amazon. Это американская технологическая компания, основанная в 1994 году Джеффом Безосом. Amazon начинал как книжный интернет-магазин, но с течением времени расширил свою деятельность и стал одним из крупнейших мировых онлайн-ритейлеров. Компания Amazon предлагает широкий ассортимент товаров, включая электронику, одежду, бытовую технику, косметику, продукты питания и многое другое.

Однако, помимо онлайн-торговли, Amazon также активно развивает другие направления бизнеса, включая облачные вычисления (Amazon Web Services), производство электроники (таких как Kindle и Echo), потоковое видео (Amazon Prime Video), музыкальный стриминг (Amazon Music), доставку (Amazon Logistics) и другие сервисы [2].

Amazon также известен своими инновационными идеями, такими как беспилотные дроны для доставки, голосовой помощник Alexa и собственные производственные студии для создания оригинального контента.

Сегодня Amazon – это одна из самых крупных, известных и влиятельных технологических компаний в мире, имеющая огромное влияние на ритейл, цифровые технологии и другие сферы бизнеса.

Amazon Prime – это платная подписка от компании Amazon, которая предоставляет своим абонентам ряд преимуществ и услуг. Amazon Prime – компания предлагает быструю доставку продуктов за счет своей собственной сети складов и транспортных средств. Клиенты могут заказывать товары и получать их уже на следующий день, что значительно повышает удовлетворенность потребителей.

В частности, подписка на Amazon Prime включает в себя следующие возможности:

1. Бесплатная доставка: подписчики Amazon Prime имеют возможность получать бесплатную доставку товаров в течение 1–2 дней на многих позициях, а также бесплатную доставку на следующий день для определенных товаров (в зависимости от региона).

2. Доступ к контенту: подписчики Amazon Prime имеют доступ к широкому выбору потокового видео, музыкальных композиций, книг, журналов и других медиа-контента через Amazon Prime Video, Amazon Music и другие сервисы.

3. Эксклюзивные акции и скидки: подписчики могут участвовать в эксклюзивных акциях и получать скидки на товары и услуги, а также ранний доступ к продажам.

4. Amazon Prime Wardrobe: с этой услугой абоненты могут заказывать одежду, обувь и аксессуары примерить, а затем вернуть то, что им не подходит.

5. Amazon Pantry: сервис, который позволяет заказывать продукты питания, бытовую химию и другие товары для дома с быстрой доставкой.

Amazon Prime является популярной услугой для миллионов пользователей по всему миру благодаря своему удобству, широкому спектру предложений и выгодному соотношению цены и качества [4].

Второй компанией, предоставляющей данные кейсы, является FedEx (Federal Express) – это американская компания, основанная в 1971 году Фредериком Смитом. Она специализируется на международных услугах доставки грузов, логистике и транспортировке. FedEx предоставляет широкий спектр услуг, включая экспресс-доставку, грузовые перевозки, логистику, складские услуги и т. д.

Компания FedEx имеет обширную сеть логистических центров, складов и офисов по всему миру, что позволяет ей обеспечивать быструю и эффективную доставку товаров в любую точку планеты. Кроме того, FedEx также предлагает услуги таможенного оформления, отслеживания грузов, страхования и другие дополнительные сервисы.

FedEx также является владельцем нескольких дочерних компаний, таких как FedEx Express, FedEx Ground, FedEx Freight, FedEx Trade Networks, FedEx Custom Critical и другие, каждая из которых специализируется на определенных видах услуг доставки и логистики.

Сегодня FedEx – это один из крупнейших мировых поставщиков логистических услуг, который играет важную роль в мировой торговле и экономике.

FedEx – компания FedEx известна своими инновационными решениями в области логистики и доставки. Они предлагают широкий спектр услуг, включая отслеживание отправок в реальном времени и гарантированную доставку в срок. Это позволяет клиентам быть уверенными в том, что их товары будут доставлены вовремя и в целости.

Следующим предприятием является Zappos – это американская онлайн-ритейлер обуви, одежды и аксессуаров, основанный в 1999 году. Компания стала известной благодаря своему фокусу на обслуживание клиентов и уникальной корпоративной культуре.

Zappos был первым онлайн-ритейлером, который предложил бесплатную доставку в обе стороны и бесплатный возврат до 365 дней после приобретения товара, что сделало его популярным среди потребителей. Компания также известна своим высоким уровнем обслуживания клиентов и стремлением к удовлетворению их потребностей.

В 2009 году Zappos был приобретен компанией Amazon, но продолжает функционировать как самостоятельная торговая марка. Компания предлагает широкий ассортимент обуви, одежды, аксессуаров и других товаров от различных брендов.

Zappos также известен своей уникальной корпоративной культурой, которая включает в себя акцент на удовлетворенность сотрудников, нестандартные методы найма персонала и фокус на командной работе. Компания считается одной из лучших мест для работы сотрудников в США.

Но помимо предприятий, которые поддерживают высокий уровень обслуживания, существуют и те, которые не обращают должного внимание на данный сектор экономики [5].

Примеры из реальной практики неудачного обслуживания потребителей в логистике в зарубежных странах:

1. В 2019 году в США компания FedEx столкнулась с серьезными задержками в доставке посылок из-за неправильного прогнозирования пикового спроса во время праздничного сезона. Многие клиенты остались без подарков к Рождеству из-за несвоевременной доставки.

2. В 2018 году в Великобритании компания Royal Mail столкнулась с крупным скандалом, когда несколько тысяч посылок были потеряны из-за недостаточного контроля и управления логистикой. Это вызвало недовольство и проблемы у клиентов, ожидающих свои заказы.

3. В 2020 году в Китае крупная логистическая компания SF Express столкнулась с обвинениями в несвоевременной доставке медицинских масок и других средств защиты от COVID-19. Многие клиенты не получили заказы в срок из-за огромного спроса и проблем с транспортировкой.

Эти примеры показывают, что даже крупные и известные логистические компании могут столкнуться с проблемами в обслуживании потребителей [6] из-за различных факторов, таких как неправильное планирование, потеря грузов, несвоевременная доставка и т. д.

Список цитированных источников

1. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by>. – Дата доступа: 15.05.2024.
2. MIXResearch / Исследование компаний полного цикла. [Электронный ресурс] / Белорусская думка. – Минск, 2021. – Режим доступа: <http://mix-research.com/> – Дата обращения: 23.05.2024.
3. 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. – С. 911–914.
4. Kodeksy-bel.com / Закон Республики Беларусь о защите прав потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kodeksy-bel.com/>. – Дата обращения: 13.05.2024.
5. Вакулич, Н. А. Управление взаимоотношениями в логистике / Н. А. Вакулич. – Брест, 2019.
6. Бармина, Е. Ю. Сервисная логистика : учебное пособие / Е. Ю. Бармина. – СПб : Изд-во СПб ГЭУ, 2019. – 15–30 с.

УДК 656.025

Домино А. С.

Научный руководитель: к. э. н., доцент Медведева Г. Б.

ПОНЯТИЕ ТРАНСПОРТНЫХ КОРИДОРОВ. ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ОПТИМИЗАЦИИ ЦИФРОВЫХ ТРАНСПОРТНЫХ КОРИДОРОВ

Транспортные коридоры представляют собой особые транспортные пути или маршруты, которые являются ключевыми для обеспечения эффективной и безопасной транспортной связи между различными географическими локациями. Они простираются от одной точки к другой и обычно связывают несколько различных видов транспорта, таких как дороги, железные дороги, водные пути, аэропорты и т. д.

Транспортные коридоры могут быть как национального, так и международного масштаба. Они могут проходить через несколько стран или регионов, что делает их важными для международной торговли, перевозки грузов и пассажиров, а также для обмена информацией и идеями.

Основная цель транспортных коридоров – обеспечить эффективное и надежное движение товаров, людей и информации между различными точками, уменьшить временные и финансовые затраты на перевозки, повысить доступность и доступ к рынкам [1].

Транспортные коридоры могут охватывать различные виды транспорта, такие как автомобильные дороги, железные дороги, воздушный, водный и морской транспорт. Обычно коридоры связывают большие города, портовые комплексы и другие узлы транспортной инфраструктуры, а также могут пролегать через государственные границы, связывая различные регионы и страны. Важным аспектом при создании и развитии транспортных коридоров является интеграция различных видов транспорта для обеспечения непрерывного и безопасного перемещения грузов и пассажиров.

Транспортные коридоры способствуют развитию международной торговли, обмену информацией и культурным взаимодействиям между странами и регионами. Для успешного функционирования транспортных коридоров необходимо обеспечить хорошую транспортную инфраструктуру, оптимизировать логистические процессы, снизить транспортные издержки, улучшить безопасность и