

3. Группа компаний «Санта» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://santaholding.com/>. – Дата доступа: 2023.
4. СООО «ППП Полесье» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.polesie-toys.com/>. – Дата доступа: 2023
5. "СКО "Брестагроздравница (Берестье)" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://berestje.by/>. – Дата доступа: 2023.
6. СП ОАО «Брестгазоаппарат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gefest.com/kontakty/>. – Дата доступа: 2023.

УДК 658.89

*Домино А. С.*

*Научный руководитель: ст. преподаватель Вакулич Н. А.*

## **ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЛОГИСТИКИ: ПРАКТИКА РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ**

Обслуживание клиентов является одним из наиболее важных компонентов логистики и управления цепью поставок. Именно через обслуживание клиенты получают представление о продукте и бизнесе, который его продает. Хотя некоторые организации не думают, что обслуживание клиентов имеет какое-либо отношение к цепи поставок. Дело в том, что цепь поставок завершается только тогда, когда продукт доходит до покупателя. Таким образом, именно от обслуживания клиентов компания получает известие от клиента. Служба поддержки клиентов знает все болевые точки и требования клиентов, и эти данные могут помочь улучшить цепь поставок [1].

Обслуживание клиентов состоит из нескольких неотъемлемых частей, которые взаимосвязаны друг с другом, таких как цена, качество продукции и скорость обслуживания. Например, цена растет с увеличением скорости обслуживания и наоборот. Существуют четыре ценные маркетинговые комбинации, такие как продукт, цена, продвижение и место, которые в совокупности составляют четыре P [2].

Целью данной работы является рассмотрение обслуживания потребителей с точки зрения логистики.

Поставленная цель предопределила решение следующих задач:

- анализ различных требований к обслуживанию;
- выявление проблем в сфере обслуживания потребителей;
- предоставление возможных решений проблем обслуживания с точки зрения логистики.

Этот тип отношений необходим на рынке, где логистика позиционируется как ключевая часть в выполнении заказа и в производственной цепи от сырья до конечного потребителя. Бизнес-клиенты очень любят оперативную информацию и соблюдение сроков, а также быструю корректировку доставки, если им нужна особая услуга [1].

Клиенты ожидают определенного уровня обслуживания, когда они обращаются в компанию, чтобы купить, заказать техническое обслуживание. Некоторые ожидания включают в себя: [3]

1. Знание. Персонал службы поддержки клиентов должен хорошо разбираться в продуктах и системах поддержки компании, чтобы иметь возможность быстро и эффективно решать любые вопросы.

2. Надежность. Восприятие предоставляемого обслуживания клиентов обычно определяется первоначальным предложением и тем, что они фактически получают при последующих взаимодействиях.

3. Эмпатия. Клиент не всегда может быть прав, но персонал должен быть внимательным и вежливым, объясняя проблемы и помогая им понять, почему все так, а не иначе. Заставить клиента чувствовать себя важным. Самое главное, что нужно знать, это то, что вам нравится в вашем сервисе. Неважно, являетесь ли вы владельцем бизнеса или наемным работником.

Обслуживание клиентов создает репутацию бренда, поэтому настолько важно иметь хороший уровень обслуживания. Превосходное обслуживание клиентов отражает то, как компании относятся к своим клиентам. Это не только неотъемлемая часть бизнеса, но и очень важно иметь хорошую репутацию, тем более, когда у вас есть бренд. Предприятиям стоит помнить, что, если обслуживание клиентов не будет выдающимся, компания теряет свою репутацию, которая в настоящее время является наиболее важным аспектом любого бизнеса. Обслуживание клиентов должно быть эффективным, вежливым, дружелюбным и надежным [2].

Для обеспечения эффективного обслуживания клиентов в логистике необходимо [3]:

1. Комплектация по запросу.

Комплектация по запросу – это практика объединения заказов в цепи поставок и помещения их в контейнер или грузовик вместе с намерением отправить их в общее место. Это может сэкономить деньги и время, повысить безопасность и уменьшить утечку.

2. Тщательный выбор маршрута доставки.

Большинство компаний ориентируются исключительно на скорость и стоимость при выборе способов транспортировки. Обращая внимание на то, как транспортируются посылки, компании могут улучшить обслуживание клиентов, обращая внимание на такие приоритеты, как безопасность, учет погодных условий и принятие мер в случае повреждения или кражи.

3. Обучение представителей службы поддержки клиентов.

Представители службы поддержки клиентов (CSR) должны быть обучены находить болевые точки и решать их. Они также должны иметь способности к продажам и понимание продуктов компании, которые могут лучше всего обслуживать клиентов. Подкованные в продажах представители службы поддержки клиентов, как правило, лучше справляются с проблемами клиентов и предлагают подходящие решения собственными силами. Лучший способ обеспечить согласованность действий представителей службы поддержки клиентов – это иметь корпоративное руководство для обучения всего персонала.

#### 4. Создание сплоченного опыта для всех дочерних компаний.

Многие современные компании имеют филиалы и дочерние компании в разных штатах, странах и даже континентах. Это может исказить впечатление клиентов, когда они посещают другую страну. Обслуживание клиентов и динамика цепи поставок должны быть очень похожими, если не одинаковыми, в разных местах и дочерних компаниях. Лучший способ создать сплоченный опыт – это обучить персонал правильным навыкам и ценностям, которых придерживается компания.

#### 5. Упрощение обращений в службу поддержки клиентов.

Чтобы повысить удовлетворенность клиентов, необходимо иметь несколько способов связи с компанией. Не всем удобно пользоваться электронной почтой или звонить по телефону, и, следовательно, компания должна предоставить всевозможные способы легко связаться со службой поддержки клиентов. Это могут быть социальные сети, чат на веб-сайте, мобильный телефон. Таким образом, любые клиенты, которым необходимо общаться со службой поддержки клиентов, продажами, бухгалтерией или любым другим отделом, обнаружат, что их общение будет беспрепятственным и быстрым, независимо от выбранного ими метода связи [3].

#### 6. Четкость в установлении сроков доставки.

Это основа для логистической компании, чтобы остаться на рынке. Эффективность доставки и соблюдение сроков часто важнее для удержания клиента, чем цена. Компаниям следует лучше определять свои маршруты и графики и всегда быть доступным для информирования о ходе каждой доставки.

#### 7. Приблизить самых ценных клиентов

У каждой компании есть свои самые ценные клиенты, т. е., кто чаще пользуются сервисом или имеют самые ценные контракты. Компаниям следует узнавать, доволен ли он услугами компании, предлагать особые условия, а также узнавать отзывы о выполненной работе. Эти ключевые клиенты станут спонтанными распространителями в будущем и сохранят прочную основу даже во время кризиса.

В результате работы отдела обслуживания клиентов компания сможет работать с жалобами и отзывами. Компания сможет проанализировать работу и устранить все недостатки. Одним из основных преимуществ инвестиции в обслуживание клиентов является улучшение неудовлетворительных элементов [2]. Реализация обслуживания клиентов позволяет отображать, организовывать и создавать тактики для уменьшения количества людей, недовольных предоставленной услугой или проданным продуктом. С помощью этой информации можно осуществить широкий спектр структурных изменений и переквалификацию задействованных специалистов [1].

Эффективное и оперативное управление цепью поставок является одним из наиболее эффективных инструментов успеха клиентов в организации. Это диктует условия доставки и цены, две из наиболее важных составляющих удовлетворенности клиентов. Имея эффективную цепь поставок, компания может повысить прибыльность и победить конкурентов по цене. Совершенствуя логистику и цепь поставок с надлежащим обслуживанием клиентов, компании могут оправдать и даже превзойти ожидания клиентов [1].

Компании Беларуси с хорошей репутацией и качеством обслуживания: [4]

1. БелАЗ.

Репутация бренда «БЕЛАЗ» отражает годы стабильного развития. Постоянное повышение эффективности производства, совершенствование применяемых технологий, внедрение инноваций – только такой подход к работе позволяет целиком отвечать требованиям рынка [4].

2. Гефест.

Удобство использования и стильный дизайн продукции Брестского предприятия были отмечены хозяйками десятков стран мира. Свыше 80 % продукции под брендом GEFEST экспортируется за границу [4].

3. БМЗ.

Белорусский металлургический завод является не только одним из важнейших экспортеров страны. Предприятие также реализует все технологические этапы, от производства высокопрочной стали до выпуска готовых изделий: металлопроката, труб, проволоки, стальной фибры и другого [4].

4. Беларуськалий.

ОАО «Беларуськалий» производит продукцию, отвечающую самым высоким требованиям и отмеченную престижными международными наградами. Эти факты позволяют предприятию успешно конкурировать с зарубежными производителями и экспортировать свою продукцию в более чем в 130 стран мира [4].

5. Санта Бремор.

Чтобы потребители разных стран могли наслаждаться продуктами «Санта Бремор» создана эффективная дистрибуционная система. Собственные дистрибуторские компании успешно работают в Беларуси, России, Украине, Молдове. Продукция «Санта Бремор» реализуется в 45 странах мира [4].

Наиболее распространенные проблемы обслуживания клиентов в РБ:

1. Отсутствие интереса к покупателю. Консультантам приходится перезванивать по несколько раз в ожидании ответа.

2. Низкий уровень обслуживания в продовольственных магазинах: как на кассе, так и в самих отделах.

3. Отсутствие «гибкости». Консультанты не слышат запросов клиентов и не стремятся полностью удовлетворить их потребности.

4. Незнание товара. Клиенты отмечают, что иногда консультанты не знают свой продукт, тем самым путая покупателя. Они не могут назвать основные характеристики товара, затрудняются ответить на простые вопросы.

5. Нет денег – нет консультации. Еще одним ярким примером плохого обслуживания является отсутствие интереса к покупателю, как только выясняется, что сегодня покупка не будет совершена.

Направления решения проблем в обслуживании клиентов на предприятиях Беларуси: [3]

1. Разрешение проблем в пользу клиента. К примеру, при отсутствии заявленного качества или плохой доставки доставить клиенту такой же товар в качестве компенсации.

2. Уделять клиенту достаточное внимание, оказать помощь в выборе услуг.
3. Учитывать удобство обслуживания клиентов, делать все необходимое, чтобы клиент вернулся в компанию и сотрудничал с ней дальше.
4. Ввести обязательным условием для консультантов знание всех услуг и товаров предприятия, изучение каталога услуг и умение помочь клиенту с выбором необходимой ему услуги.
5. Клиент не всегда может быть прав, но персонал должен быть внимательным и вежливым, объясняя проблемы и помогая ему понять, почему все так, а не иначе. Заставить клиента чувствовать себя важным. Самое главное, что нужно знать, это то, что вам нравится в вашем сервисе. Неважно, являетесь ли вы владельцем бизнеса или наемным работником [3].

В Беларуси обслуживанию клиентов стоит уделить большее внимание [5]. Обслуживание в компаниях стоит анализировать и устранять недостатки для того, чтобы клиенты возвращались в компании снова и снова. Обслуживание в Беларуси требует дальнейшего изучения, проработки и внимания со стороны законодательства.

#### **Список цитированных источников**

1. Абрамова, Е. Р. Логистический сервис: учебное пособие / Е. Р. Абрамова ; М-во образования Российской Федерации, Российская экономическая акад. им. Г. В. Плеханова. – Москва : Спутник+, 2020. – 204 с.
2. Обслуживание клиентов в логистике: роли и важность. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.revechat.com/blog/customer-service-in-logistics/>. – Дата доступа: 12.02.2023.
3. Важность обслуживания клиентов для области логистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.portalvmi.com.br/en/the-importance-of-customer-service-for-the-logistics-area/>. – Дата доступа: 10.02.2023.
4. ВIK Ratings, Отчет рынка логистических услуг / ВIK Ratings // Обзор рынка транспортно-логистических услуг Республики Беларусь. – Минск, 2020. – С. 6–36.
5. Вакулич, Н. А. Управление взаимоотношениями в логистике Н. А. Вакулич // Инновации: от теории к практике. – Брест : БрГТУ, 2019. – С. 203–208.

УДК 656.078

*Домино А. С.*

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

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ**

Мировой рынок транспортно-логистических услуг – один из наиболее важных и динамично развивающихся секторов мировой экономики, который обеспечивает непрерывность международной торговли товарами и услугами. Ежегодно во всем мире перемещается более 100 миллиардов тонн грузов и более 1 триллиона пассажиров. Транспортный сектор является одним из ключевых