

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Логистика и управление цепями поставок

(направленность (профиль) / специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему Повышение качества логистического обслуживания потребителя

Обучающийся

А.А. Шокосимов

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент О.М. Сярдова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2024

Аннотация

Данная выпускная квалификационная работа была выполнена студентом группы МЕНБд-1906а Акмалем Азиз угли Шокосимовым.

Тема данной выпускной квалификационной работы: «Повышение качества логистического обслуживания потребителя».

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Оксана Михайловна Сярдова.

Цель выпускной квалификационной работы: разработка программы мероприятий, направленных на повышение качества логистического обслуживания потребителя исследуемой организации – ООО «Avesta Consulting».

Объектом исследования является ООО «Avesta Consulting». Основным видом деятельности данной компании является дистанционное онлайн обучение английского языка с предоставлением собственного раздаточного материала. Помимо этого, компания занимается онлайн продажей учебной и художественной литературы на английском языке.

Предметом исследования является логистическое обслуживание потребителя в исследуемой организации.

Методы исследования: анализ документации, вертикальный и горизонтальный анализ показателей, метод сравнения, метод графического и табличного представления данных, анкетирование, наблюдение, опрос.

В первой главе описаны теоретические аспекты исследуемого вопроса. Во второй главе произведен анализ эффективности логистического обслуживания потребителя ООО «Avesta Consulting». В третьей главе разработаны практические рекомендации по повышению качества логистического обслуживания потребителя.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Оглавление

Введение.....	4
1 Теоретическая основа процесса логистического обслуживания потребителя	6
1.1 Роль и определение логистического обслуживания потребителя организации	6
1.2 Методы анализа и оценки качества логистического обслуживания потребителя организации	14
2 Анализ и оценка эффективности логистического обслуживания потребителя исследуемой организации	21
2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемой организации	21
2.2 Анализ процесса логистического обслуживания потребителя исследуемой организации	28
3 Разработка мероприятий по совершенствованию логистического обслуживания потребителя исследуемой организации	32
3.1 Программа мероприятий по совершенствованию логистического обслуживания потребителя исследуемой организации	32
3.2 Оценка экономической эффективности реализации разработанной программы мероприятий	39
Заключение	43
Список используемой литературы и используемых источников.....	45
Приложение А	Ошибка! Закладка не определена.
Бухгалтерский баланс ООО «Avesta Consulting» за 2021-2023 гг.	Ошибка! Закладка не определена.

Введение

В современных условиях ожесточенной конкуренции в сфере бизнеса, каждая организация старается найти новые конкурентные преимущества. Одним из актуальных вопросов сегодняшнего дня является логистическое обслуживание потребителя. Данный аспект деятельности организации представляет собой особую важность, поскольку логистическое обслуживание потребителя влияет не только на лояльность потребителей и их приверженность продуктам компании, но и на финансовые результаты деятельности организации.

Таким образом, актуальность темы выпускной квалификационной работы определяется важностью логистического обслуживания потребителя для организации как с социальной точки зрения, так и с финансовой. Повышение качества логистического обслуживания потребителя гарантирует организации рост конкурентоспособности, прибыльности и рейтинга компании на рынке.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является ООО «Avesta Consulting». Основным видом деятельности данной компании является дистанционное онлайн обучение английского языка с предоставлением собственного раздаточного материала. Помимо этого, компания занимается онлайн продажей учебной и художественной литературы на английском языке.

Предметом исследования является логистическое обслуживание потребителя в исследуемой организации.

Целью исследования в выпускной квалификационной работе является разработка программы мероприятий, направленных на повышение качества логистического обслуживания потребителя исследуемой организации – ООО «Avesta Consulting».

В соответствии со сформулированной целью были поставлены следующие задачи для ее реализации:

- описать теоретическую основу процесса логистического обслуживания потребителя организации;
- определить роль логистического обслуживания потребителя в организации;
- провести анализ и оценку качества логистического обслуживания в ООО «Avesta Consulting»;
- составить организационно-экономическую характеристику исследуемой организации;
- выполнить анализ и оценку качества текущего логистического обслуживания потребителя;
- разработать программу мероприятий, направленных на повышение качества логистического обслуживания потребителя исследуемой организации;
- выполнить оценку экономической и социальной эффективности разработанной программы мероприятий.

В ходе исследования были применены следующие методы: анализ документации, вертикальный и горизонтальный анализ показателей деятельности организации, метод сравнения, метод графического и табличного представления данных, анкетирование, наблюдение, опрос, расчет коэффициентов и темпов изменения показателей.

Практическая значимость исследования заключается в ее актуальности для многих компаний, связанных с логистическим обслуживанием потребителя. Результаты, полученные в ходе исследования могут быть применены в любой организации, занимающихся аналогичной деятельностью.

1 Теоретическая основа процесса логистического обслуживания потребителя

1.1 Роль и определение логистического обслуживания потребителя организации

«Свое начало и зарождение такое понятие, как «логистика» получило в период активного развития рыночных отношений. Данное понятие изначально охватывало все процессы, связанные с передвижениями, которые происходят внутри организации. Наибольшую популярность это понятие обрело в конце 70-х годов» [5].

На первом этапе исследования следует подробнее изучить предложенные в научной и учебной литературе определения термина «логистика». Среди всех определений можно выделить наиболее применяемое и распространенное. Данное определение принадлежит Совету логистического менеджмента США, которое было предложено в 1985 году: «Логистика есть процесс планирования, выполнения и контроля эффективного с точки зрения снижения затрат потока запасов сырья, материалов, незавершенного производства, готовой продукции, сервиса и связанной информации от точки его зарождения до точки потребления (включая импорт, экспорт, внутренние и внешние перемещения) для полного удовлетворения требований потребителей». [6, с. 54]

Анализ изложенного выше определения позволяет выявить характеризующие факторы. Во-первых, логистика – это совокупность процессов, включающих все процессы от начала производства до его потребления. Во-вторых, логистика всегда сопровождается информационными потоками. В-третьих, основной целью логистики является полное удовлетворение требования потребителей.

Помимо этого, в литературе имеется следующее определение: «на первых этапах развития такой дисциплины, как «логистика», объектом

изучения и оптимизации являлись исключительно материальные потоки».
[8, с. 51]

«На сегодняшний день термин «логистика» не получил однозначное, охватывающее все факторы, определение. Такая ситуация возникла из-за различий в определении роли логистики в организации, логистической школы – направления и личного мнения исследователя или автора» [17, с. 58].

В иностранных источниках дается следующее определение: «Логистика – это движение товаров и услуг в цепочке поставок для предоставления средств и вариантов распределения движения продуктов, информации о продуктах и распределения продуктов от поставщиков к клиентам». [22, с. 45]

«Логистика – наука об управлении материальными потоками, связанной с ними информацией, финансами и сервисом в определенной микро-, мезо- или макроэкономической системе для достижения поставленных перед нею целей с оптимальными затратами ресурсов». [4, с. 25]

«Логистика – инструментарий интегрированного управления материальными и связанными с ними информационными, финансовыми потоками, а также сопутствующим сервисом, способствующий достижению целей организации бизнеса с оптимальными затратами ресурсов». [22, с. 78]

«Все задачи логистики делятся на общие, глобальные и частные» [7, с. 42].

«Глобальной задачей является достижение максимального эффекта с минимальными затратами. Помимо этого, к глобальным задачам также относят моделирование логистических систем и факторов их функционирования». [1, с. 19]

Ниже перечислены общие задачи логистики:

- «разработка и формирование системы регулирования материальных и информационных потоков;
- прогнозирование объемов производства, перевозок, складирования;

- выявление расхождений между нуждами и возможностями предприятия;
- исследование спроса на продукцию;
- организация предпродажного и послепродажного обслуживания».

[11, с. 17]

«Общие задачи логистики затрагивают в большей степени складскую деятельность организации, которая является основой логистического обслуживания потребителя» [12, с. 30].

«Частные задачи, в свою очередь, имеют более узкую направленность:

- контроль запасов;
- сокращение времени хранения продукции;
- уменьшение продолжительности перевозок». [12, с. 31]

«Наряду с определением задач логистики следует также дать характеристику функций логистики в организации. В соответствии с литературой, функции подразделяются на оперативные и координационные. Оперативные функции составляют основу всей логистической деятельности организации. Они затрагивают движение материальных ресурсов во всех сферах – снабжение, производство и распределение» [2, с. 25].

«К функциям в сфере снабжения относится управление движением сырья и материалов, отдельных частей или запасов готовой продукции от поставщика или пункта их приобретения к производственным предприятиям, складам или торговым хранилищам. В фазе производства функцией логистики становится управление запасами, включающее контроль движения полуфабрикатов и компонентов через все стадии производственного процесса, а также перемещение готовой продукции на оптовые склады и розничные рынки сбыта. Функции управления распределением продукции охватывают оперативную организацию потоков конечной продукции от предприятия-производителя к потребителям». [1, с. 45]

«К числу функций логистической координации относятся: выявление и анализ потребностей в материальных ресурсах различных фаз и частей производства; анализ рынков, на которых действует предприятие, и прогнозирование развития потенциальных рынков; обработка данных, касающихся заказов и потребностей клиентуры. Перечисленные функции логистики заключаются в координации спроса и предложения товара. В этом смысле маркетинг и логистика тесно взаимосвязаны, а утвердившаяся формула – «маркетинг формирует спрос, а логистика его реализует» – имеет под собой весомое основание». [10, с. 43]

Помимо этого, в рамках выполнения координационных функций производится оперативное планирование. «Основной целью оперативного планирования является сокращение запасов без снижения эффективности производства и сбыта продукции» [18].

«Суть его состоит в том, что на основании прогноза спроса, корректируемого позднее при поступлении реальных заказов, разрабатываются графики перевозок и в целом порядок управления запасами готовой продукции, который в итоге и определяет планирование производства, разработку программ снабжения его сырьем и комплектующими изделиями». [18]

Особое внимание следует уделить логистическому обслуживанию потребителей. «Данный аспект является одним из самых сложных вопросов не только логистики, но и сферы услуг в целом. В традиционном понимании качество логистического обслуживания представляет собой совокупность ее свойств и характеристик, которые составляют основу удовлетворения потребностей клиента» [19, с. 42].

«Качество логистического обслуживания потребителя является соответствие оказываемых предприятием логистических услуг требованиям и ожиданиям потребителя». [19, с. 45]

Следует разделять понятия логистики и логистической деятельности организации. Логистика организации – это совокупность общих процессов.

Логистическая деятельность представляет собой конкретную деятельность в конкретной сфере деятельности организации. На рисунке 1 изображен процесс формирования системы логистического обслуживания потребителя.

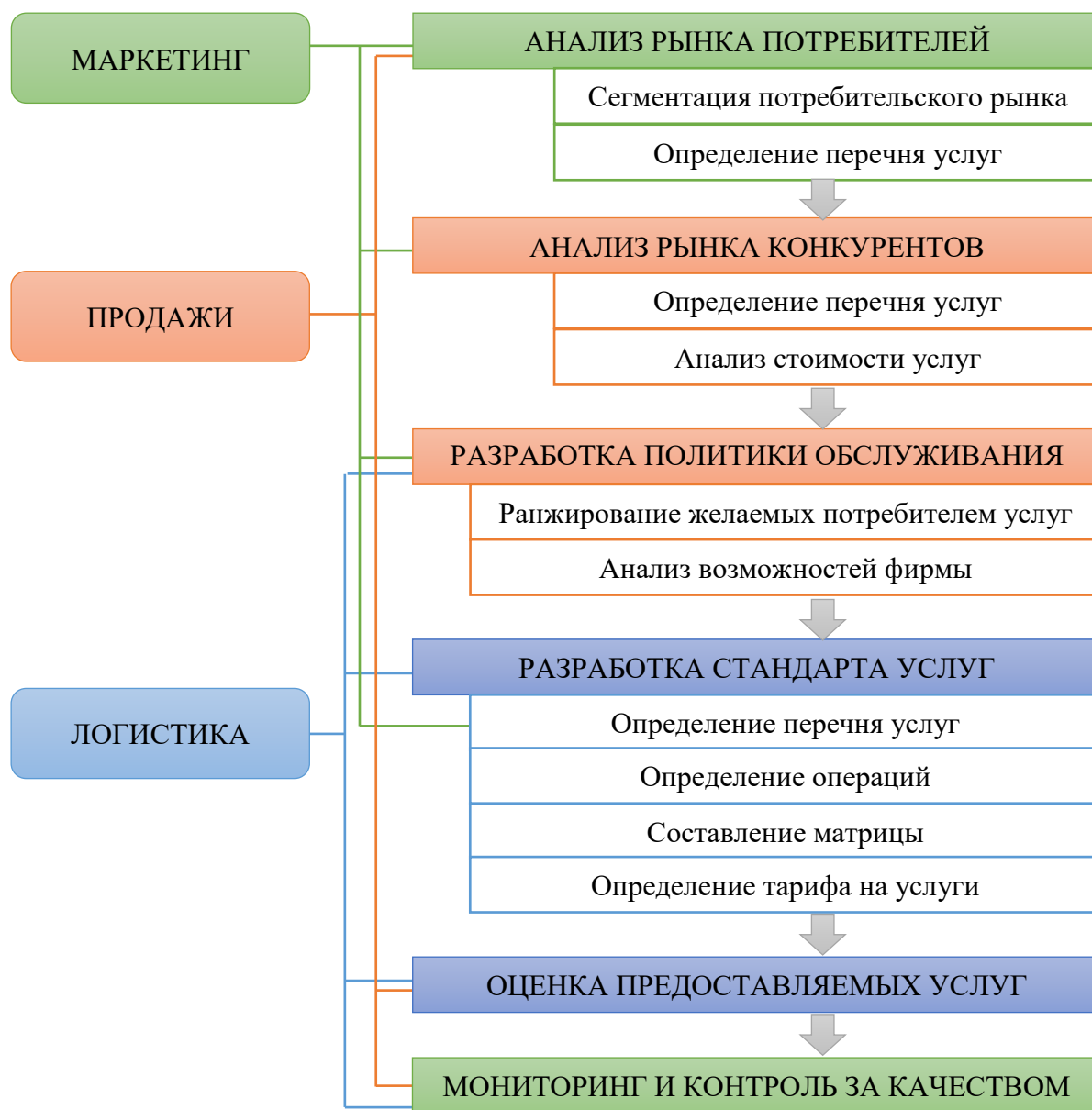


Рисунок 1 – Формирование системы логистического обслуживания

«Логистическое обслуживание потребителя всегда взаимосвязано с маркетинговой деятельностью организации. Для формирования системы логистики на первых этапах необходим комплексный маркетинговый анализ,

в который входит анализ рынка потребителя и анализ рынка конкурентов». [6, с. 23]

«Для формирования структуры логистического обслуживания потребителя следует соблюдать последовательность работ. На первом этапе важную роль играет маркетинговое исследование» [17, с. 62].

«Данный вид исследования подразумевает сегментирование рынка в соответствии с объемами, ассортиментом, качеством и особенностями потребления. Далее определяются уровни и структуры базового комплекса логистического сервиса и объем дополнительных услуг. В заключении, полностью формируется список приоритетных услуг в комплексе логистического обслуживания потребителя». [17, с. 64]

«Далее выполняется ценообразование – определяются цены и тарифы на предоставляемые логистические услуги» [17].

«На заключительном этапе производится контроль качества исполнения логистического обслуживания потребителя, а также производится постоянный мониторинг результатов данной деятельности» [17].

«Элементы системы логистического обслуживания должны быть построены таким образом, чтобы обеспечить необходимую гарантию выполнения заказов потребителей и адекватное управление всеми бизнес-процессами, влияющими на уровень качества обслуживания» [10].

«В системе логистического обслуживания следует придавать особое значение предупреждающим воздействиям, позволяющим исключить появление проблем, не исключая при этом способности реагировать и исправлять недостатки логистического обслуживания по мере их появления». [10]

«Оценка и контроль качества логистического обслуживания потребителя выполняется по следующим показателям:

- надежность – свойство системы выполнять заданные функции, сохраняя при этом свои характеристики в установленных пределах;

- доступность – наличие подходящих для потребителя условий (удобное время, удобное место, приемлемая цена);
- компетентность – необходимый уровень квалификации сотрудников, обладание ими всеми необходимыми знаниями и навыками;
- взаимопонимание – интерес предприятия к потребителю и его желаниям в рамках логистического обслуживания;
- гибкость – способность логистической системы подстраиваться под особые пожелания и потребности потребителя;
- осязаемость – физическая среда (внешний вид транспортных средств, грузчиков, водителей)». [14]

«Интересы потребителей в качестве логистического обслуживания непосредственно отражаются указанными процессами, также, как и действиями, связанными с функционированием обратной связи, обеспечивающей функции управления качеством логистического обслуживания» [3].

К данным процессам относятся:

- «оценка поставщиком предоставленного логистического обслуживания;
- оценка потребителем полученного обслуживания;
- проверки качества внедрения и эффективности всех элементов системы логистического обслуживания». [3]

«Информационная система логистики является корнем цепочки поставок для сбора информации, связанной с продуктами, и отслеживания информации и услуг, связанных с продуктами, в цепочке поставок». [24]

Важно учитывать, что: «Надежная информационная система логистики может привести к снижению затрат, а также повысить удовлетворенность клиентов». [22]

«Помимо этого, важную роль играет обратная связь. Она должна быть установлена между всеми взаимосвязанными и взаимодействующими субъектами и объектами» [3].

«Все элементы системы логистического обслуживания, требования и положения, относящиеся к системе обслуживания, должны быть определены и задокументированы как часть всей документации системы логистического обслуживания». [4, с. 20]

«Одним из видов обратной связи является коммуникация с потребителями. В данном взаимодействии важно понимание потребностей потребителей и умение предоставить всю нужную и исчерпывающую информацию. Эффективная коммуникация с потребителями включает в себя:

- описание его обслуживания, доступности и времени на его предоставление;
- указание будущей стоимости обслуживания;
- объяснение взаимосвязей между обслуживанием, его предоставлением и стоимостью;
- объяснение потребителям влияния любых проблем и как они будут решены в случае возникновения;
- предоставление адекватных и легко доступных средств для эффективного общения;
- определение отношения между предложенным обслуживанием и реальными запросами потребителя». [18, с. 41]

«Важно понимать взаимосвязь всех процессов в системе логистического обслуживания потребителя и осуществлять управление данным видом деятельности организации должным образом, поскольку это является основополагающим фактором в успешной реализации деятельности организации в целом, а также играет важную роль в достижении поставленных целей и общей эффективности» [5].

«Решения и действия должны основываться на анализе данных и информации с целью улучшения результатов системы логистического обслуживания. Поэтому важным является партнерство с поставщиками с целью обеспечения добавленной стоимости для потребителя». [22]

«Оценка качества обслуживания поставщиком (исполнителем) должна являться неотъемлемой составной частью функционирования процесса предоставления логистического обслуживания. Она включает:

- измерение и проверку всей ключевой деятельности процесса;
- самоконтроль специалистов службы логистики предприятия, предоставляющих обслуживание, как неотъемлемую составную часть процесса измерений;
- конечную оценку исполнителем, в непосредственном взаимодействии с потребителем с целью прояснения для исполнителя перспектив в отношении уровня качества предоставляемого им логистического обслуживания». [20]

«Заключительным этапом логистического обслуживания потребителя является оценка его качества» [20].

1.2 Методы анализа и оценки качества логистического обслуживания потребителя организации

На сегодняшний день трудно сформулировать единую методику оценки качества логистической деятельности организации, поскольку, как было упомянуто выше, подход и определение понятия логистики разнятся в соответствии с направлением исследования и применения.

«Методология исследования и оценки логистической деятельности предприятия имеет многонаправленный характер и охватывает широкий спектр предметов исследования, а также обусловлена определенными методологическими основами, принципами, а также разнообразными подходами». [14, с. 58]

Наиболее комплексная классификация методов исследования логистической деятельности дана в монографии российского автора – Т.Е. Евтодиевой: «В данной работе логистические сети представлены как многоструктурные образования с активными элементами, функционирующими в условиях динамично развивающейся рыночной среды, и сделан вывод о междисциплинарном подходе в использовании знаний, которые интегрируют положения таких количественных и качественных методов, как исследование операций, теория массового обслуживания, эволюционные эвристические методы, экономический анализ, маркетинговые методы». [8, с. 21]

«Методы, применяемые для оценки качества логистической деятельности организации можно классифицировать по признакам – экономические, эвристические, математические и маркетинговые» [8, с. 27].

«В соответствии со сферой применения, методы классифицируются на: метод дерева решения, метод генетического алгоритма, метод охвата, метод единого среднего, метод расчета временных параметров и критического пути, метод статистического моделирования, метод пропорционального распределения, метод максимального потока, метод моделирования на основе мультиагентских систем, метод нечетких множеств, метод математического моделирования, FIFO-метод, метод «директ-костинг», метод «стандарт-костинг», SWOT-анализ, PEST-анализ, метод выборки, бенчмаркетинг, модели управления запасами». [5, с. 11]

«Следует разделять методы оценки в соответствии с целевыми функциями логистики и выполняемых задач. Целевыми функциями являются: соблюдение сроков доставки; минимизация затрат в цепях поставок; ценообразование логистических услуг; управление логистическим персоналом». [3]

«Логистические подсистемы выделяются в качестве одного из базовых классификационных признаков методов, используемых в методологии логистики, на том основании, что каждая ее подсистема имеет свои

специфические особенности, которые заключаются в различии функционального назначения, применяемых технических устройств, процедур и операций» [9].

«Реализация целевых функций в подсистемах имеет неоднозначные подходы и различные методы, несмотря на наличие одних и тех же объектов движения и общей целевой функции по своевременной доставке товаров». [12]

Логистика, в первую очередь, является практической деятельностью организации. Следовательно, трудно определить конкретные черты и характеристики показателей данного вида деятельности.

Исходя из данного факта, наиболее подходящим является традиционный подход: «для полноты информации требуется возможная максимизация показателей, а для удобства работы с ними – их минимизация» [4, с. 52].

«В случае исследования логистической деятельности в рамках качества реализации деятельности, выделяются такие показатели как: скорость доставки, надежность доставки, гибкость и т.д.». [1, с. 22]

«Методы оценки логистической деятельности и качества ее реализации могут быть разделены на группы в соответствии с направлением исследования, его содержанием, а также желаемым результатам» [13].

Таким образом, выделяются: «экономические, математические, эвристические, экономико-математические и организационно-экономические методы. В каждую группу методов входят определенные методы, которые представляют часть их многообразия, применяемого при решении логистических задач». [15]

На рисунке 2 приведены наиболее популярные методы исследования и оценки логистической деятельности и качества ее реализации.



Рисунок 2 – Методы исследования и оценки логистической деятельности и качества ее реализации

Рассмотрим каждый из методов более подробно.

«Балансовый метод представляет собой сопоставление уравнивающих друг друга систем показателей. Анализ ABC основан на контроле и управлении многономенклатурными запасами материальных ресурсов на основе проведения анализа их объемов на складах. Анализ XYZ предназначен для определения вариантов спроса на материальные ресурсы и готовые продукты (стабильный, сезонный, неопределенный спрос)». [5, с. 36]

Методы ценообразования включают: «агрегатный, балльный, затратный, следования за лидером, на основе уровня текущих цен, на основе рентабельности услуг, рыночный. Метод Парето представляет собой классификацию аспектов проблемы по степени важности и сосредоточение внимания на самой важной из них. Метод 5W2H (5 why's – почему, 2 how's –

как) основан на определении причин отклонений процессов от норм и нахождение способов совершенствования этих процессов». [10, с. 54]

«Математические методы представляют собой совокупность методов прогнозирования – статического и ассоциативного» [4, с. 84].

«Статическое прогнозирование представляет собой упорядоченную во времени последовательность наблюдений, которые проводятся через определенные интервалы времени. Ассоциативное прогнозирование (простая регрессия, множественная регрессия) – использует поддающиеся оценке переменные параметры». [7, с. 23]

«Моделирование представляет собой исследование процессов посредством создания и анализа моделей (вероятностное моделирование используется при наличии в процессе произвольного компонента), имитационное моделирование (алгоритм можно составить при помощи комбинации детерминированных и стохастических зависимостей), статистическое моделирование (разработка моделей, отображающих статистические закономерности объекта)». [11, с. 62]

«Оптимизация – линейное программирование, т.е. решение задач путем поиска эффективных решений, графическое линейное программирование ограничено классом задач с двумя переменными, симплексный метод может быть применен к задачам, содержащим более двух переменных». [2, с. 28]

«Метод наименьших квадратов предназначен для построения интерполяционного многочлена и основан на критерии минимизации суммы квадратов отклонений между реальными и расчетными данными». [19, с. 36]

«Эвристические методы представляют собой практические методы, которые не являются гарантированно точными, но являются достаточными для решения конкретных задач» [9, с. 17].

«Метод «дерево решений» применяется для определения и выбора оптимального направления действий из возможных вариантов, схематичное представление проблемы для принятия решений, основанное на концепции ожидаемого результата». [9, с. 28]

«Метод Монте-Карло – численный метод, основу которого составляет получение значительного числа реализаций случайного процесса, который формируется таким образом, чтобы вероятные характеристики равнялись определенным величинам задачи». [11, с. 23]

«В рамках метода Делфи проводится опрос экспертов и выявляется наиболее подходящее решение» [7].

Помимо этого, следует выделить метод мозгового штурма, который «позволяет сгенерировать множество всевозможных идей и решений» [11, с. 57].

«Метод эвристического прогнозирования основан на различных операциях вычисления и процедурах, произвольно вытекающих из опыта и интуиции специалистов, которые осуществляют прогноз». [20, с. 74]

«Одним из видов экономическо-математических методов является метод определения центра тяжести. В рамках данного метода определяется оптимальное место расположения распределительного центра» [18].

«В рамках метода планирования данные представляют в графическом виде, например, таблицы, графики, диаграммы. Такой способ позволяет сравнивать и оценивать данные» [6].

«Метод определения точки безубыточности применяется при определении объема реализации в единицах продуктов, который необходим для покрытия всех затрат, и на основе метода маржинального дохода, т.е. точки безубыточности, которая достигается при получении дохода, достаточного для покрытия постоянных затрат». [15, с. 22]

Отметим, что «к данной категории относятся функционально-стоимостный анализ и метод снижающегося остатка. Эти методы заключаются в проведении математических расчетов, которые позволяют оценить ситуацию с расчетной точки зрения» [20].

«К организационно-экономическим методам следует отнести метод управления по целям, а также нормативный метод. Сущность данных методов заключается в контроле качества работы персонала» [13].

«Метод реактивного реагирования основывается на однозначности отношений множества обстоятельств и поведений, при этом каждая ситуация может вызывать одну определенную реакцию». [12, с. 32]

«Экспертно-аналитический метод может быть применим к определенным процессам. Данный метод подразумевает привлечение экспертов – специалистов по управлению персоналом» [12, с. 62].

На основании рассмотренных методов разрабатываются «методики, которые являются составляющими методологии и представляют собой практическую реализацию бизнес-процессов в виде решаемых задач» [14].

«Методика в общем виде состоит из конкретизации и детализации определенного метода, сведения его до инструкции или алгоритма, в которых четко описывается способ осуществления тех или иных функций или всей деятельности предприятия. С помощью методик расчета методы сводятся в комплекс, благодаря которому определяются показатели работы логистической системы и эффективности решений. Организация эффективного логистического управления требует обеспечения доступа к обширным объемам информации о деятельности предприятия и окружающих его структур, с целью анализа и последующего принятия управленческих решений. При этом очень важно добиться координации деятельности службы логистического управления с другими управленческими подразделениями предприятия». [13, с. 25]

«Рассмотрение методов оценки логистической деятельности позволяет проанализировать системы доставки товаров и дает возможность изыскивать пути их совершенствования» [11]. Важно учитывать, что «Каждый рассмотренный метод обособлено не дает полноценной оценочной картины для логистики, для получения наиболее достоверной информации о функционировании логистических систем необходимо их оценивать по максимальному числу параметров, что не позволяет сделать ни один из существующих методов оценки». [7]

2 Анализ и оценка эффективности логистического обслуживания потребителя исследуемой организации

2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемой организации

Общество с ограниченной ответственностью «Avesta Consulting» предоставляет услуги дистанционного онлайн обучения английского языка с предоставлением собственного раздаточного материала. Помимо этого, компания занимается онлайн продажей учебной и художественной литературы на английском языке.

ООО «Avesta Consulting» было зарегистрировано 15 мая 2012 года по адресу: Республика Узбекистан, город Ташкент, Мирабадский район, улица Афросиаб, дом 14. Компании был присвоен ИНН 302302570.

Целью исследуемой организации является предоставление высококачественных и доступных образовательных услуг – а именно в области исследования английского языка – с предоставлением необходимой учебной и художественной литературы. ООО «Avesta Consulting» стремится помогать клиентам в легком изучении иностранного языка.

Миссия ООО «Avesta Consulting» заключается в создании инновационной образовательной среды, которая вдохновляет и поддерживает студентов на их пути изучения английского языка. Компания предлагает персонализированное и эффективное обучение с использованием современных технологий и методик.

Видение ООО «Avesta Consulting» – стать лидером в сфере дистанционного образования по английскому языку в Узбекистане и на международном уровне, предлагая инновационные решения и разнообразные ресурсы для обучения. ООО «Avesta Consulting» видит себя платформой, которая объединяет студентов и учителей со всего мира, способствуя культурному обмену и обогащающему образовательному опыту.

Основные принципы работы организации:

- профессионализм. Компания гарантирует предоставление точной и актуальной информации;
- индивидуальный подход. ООО «Avesta Consulting» учитывает потребности и интересы каждого клиента;
- качество. Философия исследуемой организации заключается в обеспечении высокого стандарта обслуживания и консультирования.

В управлении ООО «Avesta Consulting» находятся 2 филиала, один из которых находится в Ташкенте, второй – в Москве.

Ниже представлен перечень услуг, предоставляемых исследуемой организацией:

- курсы и индивидуальные занятия по подготовке к SAT, IELTS, TOEFL и другим стандартизированным тестам;
- интенсивные курсы английского языка для уровней от начального до продвинутого;
- летние языковые школы за рубежом;
- разработка и предоставление онлайн-курсов для самостоятельной подготовки к экзаменам;
- доступ к обширной базе учебных материалов и тестов

В процессе анализа необходимо изучить организационную структуру управления ООО «Avesta Consulting», которая представлена на рисунке 3.

Согласно схеме, представленной на рисунке 3, власть сконцентрирована у директора. Под руководством директора находятся коммерческий директор, финансовый директор, исполнительный директор.

Исполнительный директор руководит отделом связи с партнерами. В данном отделе работают преподаватели, которые консультируют партнеров и клиентов по вопросам оказываемых услуг. Помимо этого, под руководством исполнительного директора находится технический отдел, отвечающий за исправность работы онлайн платформы и доставку раздаточного материала.

Руководителей системы управления в ООО «Avesta Consulting» разделяют на три группы: технологический, управленческий, институционный. Задачами технологического уровня являются выполнение рутинных работ. Управленческим уровнем производится координация деятельности сотрудников. Институционный уровень занимается разработкой планов, установлением целей, корректировкой политики компании.

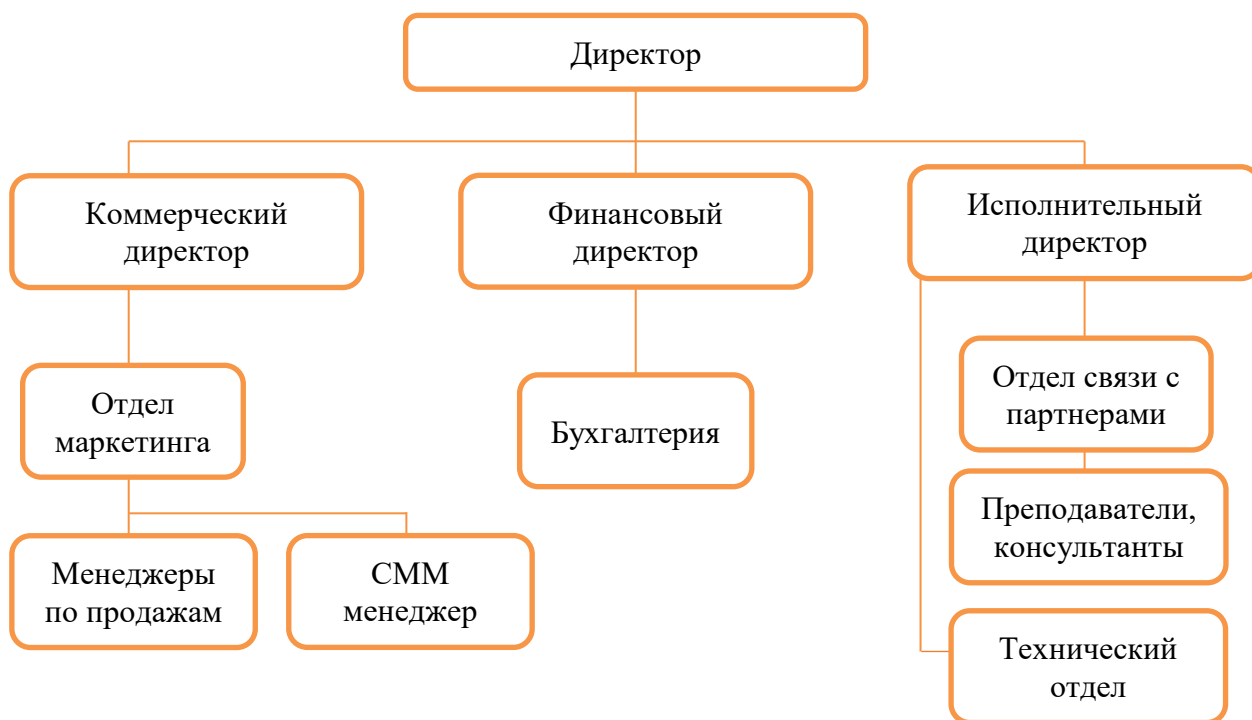


Рисунок 3 – Организационная структура ООО «Avesta Consulting»

Представленные выше группы руководителей соответствуют трем уровням управления: низшее звено, среднее звено, высшее звено.

Основные финансовые показатели за период 2021-2023 гг. приведены ниже в таблице 1.

Таблица 1 – Основные финансовые показатели за 2021-2023 гг.

Показатель	2023 г.	2022 г.	2021 г.
Выручка, р.	87 967 742	86 662 911	59 198 505
Себестоимость продаж, р.	(65 748 030)	(66 696 156)	(47 169 704)
Валовая прибыль (убыток), р.	22 219 712	19 966 755	12 001 801
Управленческие расходы, р.	(10 690 692)	(8 798 129)	(7 483 068)
Коммерческие расходы, р.	(3 973 170)	(3 354 905)	(1 913 228)
Прибыль (убыток) от продаж, р.	7 555 850	7 813 721	2 605 505
Чистая прибыль, р.	8 572 519	6 333 855	6 695 389
Основные средства, р.	24 793 472	23 240 910	20 666 676
Оборотные активы, р.	62 606 137	52 041 619	50 063 562
Среднесписочная численность ППП, чел.	230	228	220
Фонд оплаты труда ППП, р.	82 800	80 100	77 820
Среднегодовая выработка работающего, р.	382 468	380 100	269 084
Среднегодовая з.п. работающего, р.	360	351	353
Фондоотдача	3,5	3,7	2,9
Оборачиваемость активов, раз	1,4	1,7	1,2
Рентабельность продаж, %	8,6	9	4,4
Рентабельность производства, %	9,4	9,9	4,6
Затраты на рубль выручки, коп.	91	91	96

В таблице 2 приведены данные об абсолютном изменении и темпе роста показателей.

Таблица 2 – Абсолютное изменение и темпы роста показателей

Показатель	Изменение			
	2023/2022		2022/2021	
	Абс. изм	%	Абс. изм	%
Выручка, р.	1 304 832	102	27 464 406	146
Себестоимость продаж, р.	-948 126	99	19 526 452	141
Валовая прибыль (убыток), р.	2 252 957	111	7 994 954	166
Управленческие расходы, р.	1 892 563	122	1 315 061	118
Коммерческие расходы, р.	618 265	118	1 441 677	175
Прибыль (убыток) от продаж, р.	-257 871	97	5 208 216	300
Чистая прибыль, р.	2 238 664	135	-361 534	95
Основные средства, р.	1 552 562	107	2 574 234	112
Оборотные активы, р.	10 564 518	120	1 978 057	104
Среднесписочная численность ППП, чел.	2	101	8	114
Фонд оплаты труда ППП, р.	2 700	103	2 280	103
Среднегодовая выработка работающего, р.	2 368	101	111 016	141
Среднегодовая з.п. работающего, р.	9	103	-2	99
Фондоотдача	-0,2	95	0,8	128
Оборачиваемость активов, раз	-0,3	82	0,5	142

Продолжение таблицы 2

Показатель	Изменение			
	2023/2022		2022/2021	
	Абс. изм	%	Абс. изм	%
Рентабельность продаж, %	-0,4	96	4,6	205
Рентабельность производства, %	-0,5	95	5,3	215
Затраты на рубль выручки, коп.	0	100	-5	95

Произведем анализ основных финансовых показателей исследуемой компании основываясь на данных в таблице 2. Анализ основных финансовых показателей показывает, что выручка от продаж в 2022 году по сравнению с базовым 2021 годом значительно увеличилась на 27 464 406 р., а в 2023 году по сравнению с базовым – увеличилась на 1 304 832 р.

Себестоимость в 2022 году по сравнению с базовым существенно увеличилась на 19 526 452 р., а в 2023 году по сравнению с базовым немного уменьшилась на 948 126 р.

В 2022 году, по сравнению с базовым 2021 годом, произошел существенный рост прибыли от продаж на 7 994 954 р. В 2023 году по сравнению с базовым наблюдается также подъем прибыли от продаж на 2 252 957 р. Как видно из расчетов, на данный подъем положительное влияние оказал рост выручки от продаж (1 304 832 р.).

Помимо этого, ООО «Avesta Consulting» смогло увеличить стоимость активов в 2022 году на 1 978 057 р., а в 2023 году – на 10 564 518 р.

Также, следует отметить, что в 2022 по сравнению с базовым, произошло значительное уменьшение собственного капитала на 4 172 108 р. При этом, в 2023 году значение показателя собственного капитала было существенно увеличено на 8 572 519 р.

Стоимость основных средств в 2022 году по сравнению с базовым увеличилась на 2 574 234 р., а в 2023 году на 1 552 562 р. Этому способствовало приобретение в 2022 и в 2023 году ООО «Avesta Consulting» дополнительного оборудования и как следствие, в результате накопления амортизации, также произошло увеличение стоимости основных средств.

При проведении анализа финансового состояния компании, необходимо рассмотреть, насколько компания обеспечена денежными средствами, а также изучить показатели рентабельности.

В 2023 году наблюдается уменьшение прибыли от продаж примерно на 4 коп. на каждый рубль, так как значение рентабельности снизилось на 0,4%. В 2022 году данный показатель значительно отличается, поскольку показатель рентабельности возрос на 5,6%.

Несмотря на то, что в 2022 году значение рентабельности собственного капитала существенно уменьшился на 18%, в 2023 году он возрос на 7%.

Экономическая рентабельность оборотных активов выражает размер чистой прибыли на каждый рубль оборотного капитала. В 2023 году данный показатель составил 15%, в 2022 году – 12,4%, в 2021 году – 14,5%. Рентабельность активов имеет положительную тенденцию в 2023 году. Ее значение возросло на 2,6%. Однако в 2022 году значение уменьшилось на 2,1%. Это отрицательно сказалось на компании, поскольку снижение экономической рентабельности является причиной уменьшения чистой прибыли.

Динамика изменения основных показателей деятельности ООО «Avesta Consulting» представлена на рисунке 4.

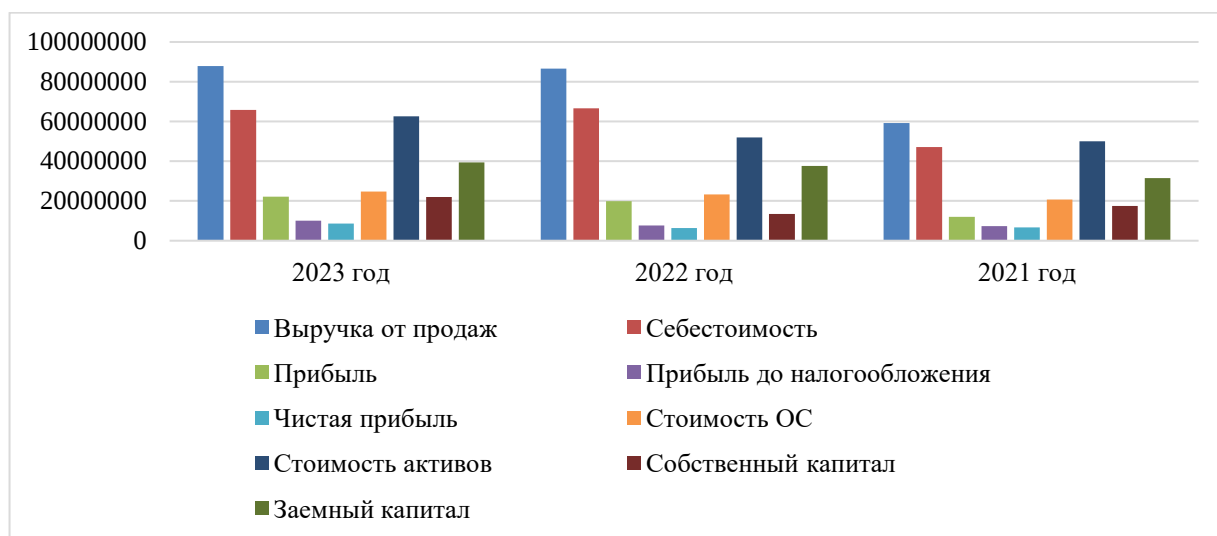


Рисунок 4 – Динамика основных финансовых показателей за 2021-2023 гг.

Помимо этого, важным показателем финансового состояния предприятия являются показатели ликвидности. Значения ликвидности за исследуемый период представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Показатели ликвидности за 2021-2023 гг.

Показатель	Нормативное значение	Период			Абсолютное отклонение	
		2023 г.	2022 г.	2021 г.	2023/2022	2022/2021
Текущая ликвидность	≥ 1	0,6	0,4	0,5	0,2	-0,1
Быстрая ликвидность	$\geq 0,8-1$	0,4	0,3	0,53	0,1	-0,23
Абсолютная ликвидность	$\geq 0,2$	0,3	0,05	0,06	0,25	-0,01

С помощью коэффициента текущей ликвидности можно узнать, как быстро фирма способна погашать краткосрочные обязательства. По состоянию на 2023 год коэффициент текущей ликвидности имеет значение ниже нормы (0,6 при норме 1). При этом следует отметить, что в период 2022-2023 гг. коэффициент вырос на 0,2.

Коэффициент быстрой ликвидности в 2023 году тоже оказался ниже нормы (0,4). Это означает, что у ООО «Avesta Consulting» недостаточно активов, которые можно в сжатые сроки перевести в денежные средства, чтобы погасить краткосрочную кредиторскую задолженность. Значения коэффициента быстрой ликвидности в течение всего исследуемого периода не укладывались в нормативные.

С помощью коэффициента абсолютной ликвидности возможно узнать о способности организации погасить задолженности в текущее время. В 2021 году значение данного коэффициента полностью соответствует норме (0,3). Помимо этого, в период исследуемого периода 2022-2023 гг. значение коэффициента возросло на 0,25.

Рассматривая значения коэффициентов текущей ликвидности, необходимо отметить, что значение данного показателя исследуемого

предприятия является довольно низким. Данная ситуация показывает, что компания способна отвечать по своим обязательствам, но не в полной мере.

Общая рентабельность предприятия ООО «Avesta Consulting» имеет положительную тенденцию, однако, несмотря на это, значение данного показателя не занимают лидирующих позиций. Такие показатели свидетельствуют о том, что качество управления активами предприятия не находится на высшем уровне.

Исходя из результатов анализа, можно сделать вывод, что финансовая ситуация в ООО «Avesta Consulting» имеет положительную тенденцию и характеризуется прибыльностью деятельности предприятия, однако некоторые показатели имеют замедленный рост, что свидетельствует о необходимости применения мер по совершенствованию бизнес-процессов с целью поддержания устойчивого состояния исследуемой организации.

2.2 Анализ процесса логистического обслуживания потребителя исследуемой организации

Как было отмечено выше, исследуемая компания в рамках своей деятельности осуществляет доставку раздаточного материала, а также учебной и художественной литературы на английском языке. Для оценки качества логистического обслуживания потребителя был проведен опрос клиентов компании с помощью сервиса Google Forms. В таблице 4 представлен бланк анкеты.

В опросе приняли участие 120 человек, 70 из которых являются учениками курсов, а остальные 50 получили опросник после покупки в магазине.

Таблица 4 – Бланк анкеты

Вопрос	Варианты ответов
Как часто вы заказываете учебные или художественные материалы в нашей компании?	– Регулярно (ежемесячно) – Периодически (1-3 раза в год) – Редко (раз в год или реже)
Насколько вы удовлетворены своевременностью доставки вашего заказа?	– Очень удовлетворен – Скорее удовлетворен – Нейтрален – Скорее не удовлетворен – Не удовлетворен
В каком состоянии была получена ваша доставка (надежность упаковки и ее целостность)?	– Отличное состояние, упаковка без повреждений – Хорошее состояние, незначительные повреждения упаковки – Удовлетворительное состояние, повреждения упаковки не повлияли на содержимое – Плохое состояние, повреждения упаковки повлияли на содержимое – Очень плохое состояние, содержимое повреждено
Как вы оцениваете вежливость и профессионализм курьера?	– Очень вежливый и профессиональный – Вежливый – Нейтральный – Не очень вежливый – Грубый
Как вы оцениваете работу службы поддержки при возникновении вопросов или проблем с заказом?	– Отлично – Хорошо – Удовлетворительно – Плохо – Очень плохо

Сводная таблица с результатами опроса приведена ниже (таблица 5).

Произведенный анализ результатов опроса показал следующее. Большинство участников опроса заказывают материалы нечасто. Около 50% делают это редко (раз в год или реже), и только 20% заказывают ежемесячно. В основном, частыми заказчиками являются ученики курсов. Данная ситуация может свидетельствовать о недостаточной лояльности клиентов или не полностью удовлетворяющих их потребностях.

80% участников выразили недовольство скоростью доставки (40% «Скорее не удовлетворены» и 40% «Не удовлетворены»). Это указывает на

необходимость пересмотра логистических процессов, оптимизации маршрутов или повышения эффективности управления заказами.

Таблица 5 – Результаты опроса

Вопрос	Варианты ответов	Количество ответов
Как часто вы заказываете учебные или художественные материалы у компании?	Регулярно (ежемесячно)	20
	Периодически (1-3 раза в год)	50
	Редко (раз в год или реже)	50
Насколько вы удовлетворены своевременностью доставки вашего заказа?	Очень удовлетворен	10
	Скорее удовлетворен	20
	Нейтрален	10
	Скорее не удовлетворен	40
	Не удовлетворен	40
В каком состоянии была получена ваша доставка (надежность упаковки и ее целостность)?	Отличное состояние, упаковка без повреждений	20
	Хорошее состояние, незначительные повреждения упаковки	20
	Удовлетворительное состояние, повреждения не повлияли на содержимое	30
	Плохое состояние, повреждения повлияли на содержимое	30
	Очень плохое состояние, содержимое повреждено	20
Как вы оцениваете вежливость и профессионализм курьера?	Очень вежливый и профессиональный	10
	Вежливый	20
	Нейтральный	30
	Не очень вежливый	40
	Грубый	20
Как вы оцениваете работу службы поддержки при возникновении вопросов или проблем с заказом?	Отлично	20
	Хорошо	20
	Удовлетворительно	20
	Плохо	40
	Очень плохо	20

Большое количество респондентов (50%) указали на проблемы с состоянием упаковки товаров (30% из которых считают, что повреждения повлияли на содержимое, а 20% отмечают сильные повреждения). Это серьёзная проблема, которая требует улучшения качества упаковки и проверки процедур на этапе отправки.

Только 30% отметили курьеров как очень вежливых или вежливых, в то время как 60% отметили их как нейтральных или не очень вежливых, и 20% даже назвали их грубыми. Это может существенно повлиять на общий клиентский опыт, и компании необходимо обратить внимание на обучение курьеров навыкам общения и вежливости.

60% респондентов оценивают работу службы поддержки негативно (20% как «Очень плохо» и 40% «Плохо»). Это серьёзный сигнал о необходимости улучшения качества обслуживания клиентов.

Таким образом, исследование позволило выявить следующие недостатки:

- низкая скорость доставки;
- проблемы с упаковкой;
- не приветливость и недостаточная вежливость курьеров;
- низкая эффективность службы поддержки.

3 Разработка мероприятий по совершенствованию логистического обслуживания потребителя исследуемой организации

3.1 Программа мероприятий по совершенствованию логистического обслуживания потребителя исследуемой организации

Исследование, произведенное во втором разделе, позволило выявить основные недостатки, снижающие эффективность и качество логистического обслуживания потребителя исследуемой организации. Таким образом, на данный момент логистическое обслуживание потребителя имеет следующие недостатки:

- низкая скорость доставки;
- проблемы с упаковкой;
- не приветливость и недостаточная вежливость курьеров;
- низкая эффективность службы поддержки.

В соответствии с произведенным исследованием и выявленными недостатками, была разработана программа мероприятий по совершенствованию качества логистического обслуживания потребителя исследуемой организации.

Данная программа включает в себя три мероприятия:

- мероприятие 1 – оптимизация логистических процессов;
- мероприятие 2 – улучшение качества упаковки и контроль за её состоянием;
- мероприятие 3 – повышение уровня клиентоориентированности курьеров и службы поддержки.

Рассмотрим каждое мероприятие развернуто и подробно с описанием всех возникающих затрат и этапов реализации.

Мероприятие 1 – оптимизация логистических процессов.

Основной целью данного мероприятия является пересмотр текущих логистических цепочек для повышения скорости и эффективности доставки, что в итоге должно привести к улучшению обслуживания клиентов и снижению операционных затрат.

Реализация данного мероприятия подразумевает под собой несколько этапов. В таблице 6 описаны этапы реализации со всеми возникающими затратами.

Таблица 6 – Общий план реализации мероприятия 1

Этап реализации	Описание	Затраты
Оптимизация маршрутов доставки	Внедрение TMS и обучение персонала	50 000 р.
Улучшение складских процессов	Внедрение WMS и реорганизация пространства склада	100 000 р.
Автоматизация процессов	Обучение и интеграция облачных решений	100 000 р.
Внедрение обратной связи	Создание системы обратной связи	50 000 р.
ИТОГО:		300 000 р.

Ожидаемые результаты от реализации мероприятия 1:

- ускорение доставки. Оптимизированные маршруты и улучшенные складские процессы сократят время доставки и повысят пунктуальность выполнения заказов;
- повышение общей эффективности. Автоматизация и улучшение управления запасами сократят ненужные трудозатраты и уменьшат человеческий фактор;
- повышение уровня удовлетворенности клиентов. Быстрая и надежная доставка улучшит восприятие сервиса клиентами, что может способствовать лояльности и увеличению повторных заказов;
- снижение затрат. Оптимизированные процессы позволят сократить транспортные и складские издержки, что положительно скажется на рентабельности компании;

- гибкость и адаптивность. Возможность быстро адаптировать маршруты и складские процессы в зависимости от изменяющихся условий рынка и потребностей клиентов.

Эти новшества должны существенно улучшить логистические процессы компании, что в долгосрочной перспективе обеспечит конкурентное преимущество и финансовую устойчивость.

Рассмотрим следующее мероприятие.

Мероприятие 2 – улучшение качества упаковки и контроль за её состоянием.

Упаковка – важный аспект логистического процесса, который влияет на сохранность товаров, уровень удовлетворенности клиентов и общие издержки компании. На данный момент ООО «Avesta Consulting» использует обычные полиэтиленовые пакеты без дополнительной защиты товаров. Плюсы текущей упаковки:

- экономичность: стандартные материалы дешевле и доступнее;
- универсальность: подходят для множества типоразмеров упаковок и различных типов товаров.

Минусы текущей упаковки:

- ограниченная защита: полиэтиленовые пакеты легко рвутся и часто во время доставки товар может быть поврежден;
- экологическое воздействие: потребление большого количества пластика негативно сказывается на окружающей среде;
- недостаточная адаптивность: отсутствие персонализированного подхода к упаковке, что приводит к неудовлетворенности клиентов.

Целью улучшения упаковки в первую очередь является снижение затрат от повреждения товара. Улучшенная упаковка снижает риск повреждения товаров во время транспортировки, что существенно сокращает затраты на возврат и замену поврежденных продуктов. Во-вторых, «качественная, прочная и привлекательная упаковка улучшает восприятие бренда и повышает

степень удовлетворенности клиентов» [19]. В-третьих, «использование экологических упаковочных материалов соответствует современным трендам ответственности за окружающую среду и может улучшить имидж компании» [12].

Таким образом, новая упаковка товара включает в себя пупырчатую пленку и коробку из переработанного картона. Внутри каждой посылки помимо самого товара прикладывается небольшая открытка с пожеланием, небольшой комплект стикеров и визитка с данными компании.

Ниже представлена таблица с описанием этапов и суммой затрат на реализацию данного мероприятия (таблица 7).

Таблица 7 – Общий план реализации мероприятия 1

Этап реализации	Описание	Затраты
Закупка новых упаковочных материалов	Покупка пупырчатой пленки, коробок, стикеров, открыток, заказ визиток	150 000 р.
Персонализация и маркетинг упаковки	Разработка и нанесение фирменных элементов на упаковку	50 000 р.
ИТОГО:		200 000 р.

Ожидаемые результаты от реализации мероприятия 2:

- повышенная сохранность товаров. Благодаря использованию пупырчатой плёнки и прочных картонных коробок, товары будут лучше защищены от повреждений, что снизит затраты на возврат и замену поврежденных продуктов;
- улучшение восприятия бренда. Персонализированные упаковочные решения с фирменными элементами укрепят бренд компании и повысят уровень удовлетворенности клиентов, что может привести к увеличению повторных покупок;
- экологическая ответственность. Использование переработанных материалов улучшит экологический имидж компании и будет

соответствовать современным стандартам экологической ответственности, что ценно для многих клиентов;

– снижение жалоб клиентов. Более надежная упаковка минимизирует случаи повреждения товаров, что, в свою очередь, уменьшит число жалоб и повысит доверие к компании;

– повышение уровня лояльности клиентов через персонализацию. Добавление открыток с пожеланиями и небольших подарков в виде стикеров подсознательно укрепляет эмоциональную связь клиентов с брендом, способствуя их лояльности.

Эти улучшения в конечном итоге приведут к укреплению позиций компании на рынке, повышению узнаваемости бренда и снижению операционных затрат, связанных с повреждениями товаров и возвратами.

Мероприятие 3 – повышение уровня клиенториентированности курьеров и службы поддержки

Данное мероприятие направлено на улучшение взаимодействия с клиентами, повышение их удовлетворенности и лояльности. В данном мероприятии необходимо сосредоточиться на улучшении навыков общения, разрешения конфликтов и понимания потребностей клиентов.

В таблице 8 описаны все этапы и действия.

Таблица 8 – Общий план реализации мероприятия 3

Этап реализации	Описание	Затраты
Разработка программ обучения	Создание обучающих программ и тренингов	20 000 р.
Внедрение обучающих мероприятий	Проведение тренингов, семинаров и ролевых игр	100 000 р.
Оценка и корректировка	Оценка эффективности обучения и корректировка программ	20 000 р.
Внедрение системы мотивации	Разработка и внедрение системы поощрений и признания лучших сотрудников	40 000 р.
ИТОГО:		180 000 р.

Для достижения высокой степени клиенториентированности курьеров и службы поддержки, необходимо внедрить комплексные программы обучения и тимбилдинга, которые помогут развить навыки общения, разрешения конфликтов и понимания потребностей клиентов. Эти мероприятия также способствуют улучшению рабочего климата и повышению мотивации сотрудников.

Для решения данной задачи предлагается следующая программа обучения:

Курс по навыкам общения и активному слушанию

Цель: развитие навыков общения позволит сотрудникам эффективно взаимодействовать с клиентами, демонстрируя эмпатию и заинтересованность.

Содержание: практические занятия по активному слушанию, техникам задавания вопросов и искусству ведения продуктивного диалога.

Продолжительность: 2 дня

Формат: Семинары и ролевые игры

Тренинг по разрешению конфликтов

Цель: обучение сотрудников стратегиям мирного разрешения конфликтов и стрессовых ситуаций.

Содержание: методы идентификации типов конфликтов, стратегии разрешения и управления эмоциями.

Продолжительность: 1 день

Формат: Интерактивные занятия с тренером и ролевые симуляции

Клиенториентированность и понимание потребностей клиентов

Цель: обучение сотрудников стратегии понимания и удовлетворения ожиданий клиентов.

Содержание: изучение различных типов клиентов, стратегий адаптации подхода и методов получения обратной связи.

Продолжительность: 1 день

Формат: Лекции и групповые обсуждения

Тимбилдинговые мероприятия на природе

Цель: развитие командного духа и улучшение рабочих отношений между курьерами и службой поддержки.

Активности: совместные задания и квесты, направленные на решение задач и креативное мышление.

Продолжительность: 1 день

Локация: лесопарковая зона или база отдыха

Квесты и сценарные игры

Цель: улучшение навыков совместной работы и коммуникации в развлекательной и непринужденной обстановке.

Активности: участие в профессионально организованных городских или закрытых квестах с целью развития сплоченности команды.

Продолжительность: 3-4 часа

Вечера делового общения

Цель: создание платформы для обмена знаниями и опытом, укрепления дружественных отношений среди сотрудников.

Формат: неформальные встречи в офисе или кафе, где сотрудники могут свободно общаться и обсуждать рабочие и нерабочие темы.

Продолжительность: 2-3 часа с периодичностью раз в месяц

В результате реализации предложенного мероприятия, ожидаются следующие улучшения:

- улучшение удовлетворенности клиентов. Повышение уровня обслуживания приведет к росту удовлетворенности клиентов, что будет способствовать удержанию клиентов и формированию положительной репутации;
- снижение количества конфликтов. Обученные сотрудники смогут более эффективно справляться с запросами и проблемами клиентов, что снизит количество конфликтных ситуаций;

– увеличение производительности. Мотивация и навыки, полученные в ходе обучения, повысят общий уровень эффективности работы.

3.2 Оценка экономической эффективности реализации разработанной программы мероприятий

Для оценки экономической эффективности разработанной программы мероприятий необходимо сравнить ожидаемые результаты с расходами.

В таблице 9 представлены общие затраты на реализацию разработанной программы мероприятий.

Таблица 9 – Общие затраты на реализацию

Мероприятие	Сумма
Мероприятие 1 – оптимизация логистических процессов	300 000 р.
Мероприятие 2 – улучшение качества упаковки и контроль за её состоянием	200 000 р.
Мероприятие 3 – повышение уровня клиенториентированности курьеров и службы поддержки	180 000 р.
ИТОГО:	680 000 р.

Чистая прибыль в 2021 году составила 6 695 389 р, в 2022 году - 6 333 855 р., в 2023 году – 8 572 519. Таким образом, анализ предыдущего опыта организации и финансовых показателей позволил выявить, что средний темп роста чистой прибыли составляет 13,5%. Используем данное значение для расчета прогнозируемой суммы чистой прибыли (формула 1).

$$\text{ЧП}_{\text{прогноз.}} = \text{ЧП}_{\text{п.п.}} + 13,5\%, \quad (1)$$

где $\text{ЧП}_{\text{прогноз.}}$ – прогнозируемая чистая прибыль;

$\text{ЧП}_{\text{п.п.}}$ – чистая прибыль за прошлый период.

Таким образом прогнозируемая чистая прибыль составит:

$$\text{ЧП}_{\text{прогноз.}} = 8\,572\,519 \text{ р.} + 13,5\% = 9\,729\,809,065 \text{ р.}$$

Полученное значение показывает увеличение чистой прибыли на 1 157 290,065 р. Для определения экономической эффективности воспользуемся формулой 2.

$$\text{ЭЭф} = \Delta\text{ЧП} - \text{З}, \quad (2)$$

где $\Delta\text{ЧП}$ – изменение чистой прибыли;

З – сумма затрат на реализацию.

Таким образом, экономическая эффективность составит:

$$\text{ЭЭф} = 1\,157\,290,065 \text{ р.} - 680\,000 \text{ р.} = 477\,290,065 \text{ р.}$$

Полученное значение указывает на целесообразность и желательность реализации разработанной программы мероприятий. Увеличение чистой прибыли полностью покрывает затраты на реализацию.

Помимо экономической эффективности, важно учитывать, что разработанные мероприятия повлияют не только на финансы организации, но и будут иметь положительный эффект на имидж компании и лояльность клиентов.

Для оценки уровня удовлетворенности логистическим обслуживанием предлагается повторная рассылка анкеты-опросника. Бланк анкеты представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Анкета-опросник для определения уровня удовлетворенности логистическим обслуживанием после реализации мероприятий

Вопрос	Варианты ответов
Как Вы оцениваете своевременность доставки?	– Очень довольны – Довольны – Нейтрально – Недовольны – Очень недовольны
Была ли упаковка товара целостной и соответствующей?	– Да, полностью удовлетворены – В основном удовлетворены – Нейтрально – В основном не удовлетворены – Нет, полностью не удовлетворены
Как Вы оцениваете вежливость и профессионализм курьера?	– Очень довольны – Довольны – Нейтрально – Недовольны – Очень недовольны
Как Вы оцениваете процесс взаимодействия с нашей службой поддержки?	– Очень довольны – Довольны – Нейтрально – Недовольны – Очень недовольны
Столкнулись ли Вы с какими-либо трудностями в процессе доставки?	– Нет – Да (если да, пожалуйста, уточните)
Планируете ли Вы воспользоваться нашей службой доставки снова?	– Да, обязательно – Возможно – Нет
Как Вы оцениваете общее качество нашего логистического обслуживания на шкале от 1 до 10?	где 1 – совсем не удовлетворены, 10 – полностью удовлетворены

Совершенствование логистического обслуживания потребителя влечет за собой ряд социально положительных эффектов, которые воздействуют как на самих потребителей и сотрудников компании, так и на общество в целом.

Во-первых, оптимизация логистических процессов, таких как улучшение своевременности доставки и увеличение прозрачности отслеживания заказов, значительно повышает уровень удовлетворенности клиентов. Потребители, получающие товары вовремя и в надлежащем состоянии, испытывают меньшее количество стрессовых ситуаций, связанных

с ожиданием и получением заказов, что положительно влияет на их общее благосостояние.

Во-вторых, улучшение логистического обслуживания может привести к снижению операционных расходов компании, что потенциально позволяет предложить более конкурентоспособные цены для конечных пользователей. Это способствует доступности товаров для более широкого круга людей, способствуя снижению барьеров и неравенства в потреблении.

Кроме того, более эффективное логистическое обслуживание обычно связано с устойчивыми практиками, такими как оптимизация маршрутов доставки и уменьшение количества ненужных перевозок, что снижает углеродный след компании. Это важный вклад в решение экологических проблем, способствуя улучшению качества окружающей среды.

На уровне сотрудников компании, совершенствование логистических процессов часто сопровождается внедрением новых технологий и методов работы, что требует дополнительного обучения персонала и повышения их квалификации. Это приносит пользу сотрудникам, обеспечивая им новые компетенции и навыки, которые могут быть использованы в их дальнейшем профессиональном развитии.

Таким образом, мероприятия по улучшению логистического обслуживания создают позитивную цепную реакцию, способствуя повышению уровня жизни участников этого процесса, укреплению их доверия к компаниям и содействуя более устойчивому и справедливому развитию общества в целом.

Заключение

Одним из актуальных вопросов сегодняшнего дня является логистическое обслуживание потребителя. Данный аспект деятельности организации представляет собой особую важность, поскольку логистическое обслуживание потребителя влияет не только на лояльность потребителей и их приверженность продуктам компании, но и на финансовые результаты деятельности организации.

Общество с ограниченной ответственностью «Avesta Consulting» предоставляет услуги дистанционного онлайн обучения английского языка с предоставлением собственного раздаточного материала. Помимо этого, компания занимается онлайн продажей учебной и художественной литературы на английском языке.

Исходя из результатов произведенного анализа, можно сделать вывод, что финансовая ситуация в ООО «Avesta Consulting» имеет положительную тенденцию и характеризуется прибыльностью деятельности предприятия, однако некоторые показатели имеют замедленный рост, что свидетельствует о необходимости применения мер по совершенствованию бизнес-процессов с целью поддержания устойчивого состояния исследуемой организации.

Для оценки качества логистического обслуживания потребителя исследуемой организации был проведен опрос с помощью анкеты. Произведенный анализ результатов опроса показал, что основными проблемами логистической системы являются:

- низкая скорость доставки;
- проблемы с упаковкой;
- не приветливость и недостаточная вежливость курьеров;
- низкая эффективность службы поддержки.

В соответствии с произведенным исследованием и выявленными недостатками, была разработана программа мероприятий по

совершенствованию качества логистического обслуживания потребителя исследуемой организации.

Данная программа включает в себя три мероприятия:

- мероприятие 1 – оптимизация логистических процессов;
- мероприятие 2 – улучшение качества упаковки и контроль за её состоянием;
- мероприятие 3 – повышение уровня клиенториентированности курьеров и службы поддержки.

Для оценки экономической эффективности разработанной программы мероприятий было произведено сравнение ожидаемых результатов с расходами. Таким образом, экономическая эффективность составила 477 290,065 р. Полученное значение указывает на целесообразность и желательность реализации разработанной программы мероприятий. Увеличение чистой прибыли полностью покрывает затраты на реализацию.

Помимо экономической эффективности, важно учитывать, что разработанные мероприятия повлияют не только на финансы организации, но и будут иметь положительный эффект на имидж компании и лояльность клиентов.

Совершенствование логистического обслуживания потребителя влечет за собой ряд социально положительных эффектов, которые воздействуют как на самих потребителей и сотрудников компании, так и на общество в целом.

Во-первых, оптимизация логистических процессов значительно повышает уровень удовлетворенности клиентов. Во-вторых, улучшение логистического обслуживания может привести к снижению операционных расходов компании.

Таким образом, мероприятия по улучшению логистического обслуживания создают позитивную цепную реакцию, способствуя повышению уровня жизни участников этого процесса, укреплению их доверия к компаниям и содействуя более устойчивому и справедливому развитию общества в целом.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Аникин Б.А. Коммерческая логистика. Учебник / Б.А. Аникин. – М.: Проспект, 2019. – 923 с.
2. Аникина Б.А. Логистика. Учебное пособие для бакалавров / Б.А. Аникина. – М.: Проспект, 2020. – 341 с.
3. Афонин А.М. Промышленная логистика / А.М. Афонин, Ю.Н. Царегородцев, А.М. Петрова. – М.: Форум, 2020. – 304 с.
4. Бочкарев А.А. Планирование и моделирование цепи поставок / А.А. Бочкарев. – Москва: СИНТЕГ, 2020. – 192 с.
5. Винников В.В. Системы технологий на морском транспорте (перевозка и перегрузка грузов) / В.В. Винников, Е.Д. Крушкин, Е.Д. Быкова. – М.: Феникс, ТрансЛит, 2019. – 576 с.
6. Гаджинский А.М. Логистика. Учебник / А.М. Гаджинский. – М.: Дашков и Ко, 2020. – 432 с.
7. Герами В.Д. Управление транспортными системами. Транспортное обеспечение логистики. Учебник и практикум / В.Д. Герами, А.В. Колик. – М.: Юрайт, 2020. – 510 с.
8. Григорьев, М. Н. Коммерческая логистика: теория и практика : учебник для вузов / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач, С. А. Уваров. – М: 2022. – 507 с.
9. Донцова О. И. Инновационная экономика: стратегия и инструменты формирования: учеб. пособие / О. И. Донцова, С. А. Логвинов. – Москва: Альфа–М: ИНФРА–М, 2018. – 208 с.
10. Дыбская В.В. Логистика. В 2 частях. Часть 2. Учебник / В.В. Дыбская, В.И. Сергеев. – М.: Юрайт, 2020. – 342 с.
11. Дыбская В.В. Логистика. Учебник. В 2 частях. Часть 1 / В.В. Дыбская, В.И. Сергеев. – М.: Юрайт, 2019. – 318 с.
12. Евсеева А.А. Международные перевозки / А.А. Евсеева, Е.В. Сарафанова. – М.: Феникс, 2019. – 416 с.

13. Евсеева А.А. Организация перевозок грузов. – М: Academia, 2019, 304 с.
14. Канке, А. А. Логистика : учебное пособие / А. А. Канке, И. П. Кошечкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. – 384 с.
15. Левкин Г. Г. Логистика : теория и практика : учеб. пособие / Г. Г. Левкин. – 3-е изд. – Саратов : Вузовское образование, 2018. – 218 с.
16. Мельников В. П. Логистика: учебник для СПО / В. П. Мельников, А. Г. Схиртладзе, А. К. Антонюк; под общ. ред. В. П. Мельникова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 287 с.
17. Мельников В.П. Логистика и управление цепями поставок. Учебник. – М.: Юрайт, 2019. – 592 с.
18. Нагапетьянц Н. А. Коммерческая логистика : учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 259 с.
19. Неруш Ю. М. Логистика: учебник для академического бакалавриата / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. – 5-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 559 с.
20. Носов А.Л. Логистика. Учебное пособие / А.Л. Носов. – М: 2020. 184 с.
21. Покровский А.К. Исследование систем управления. Транспортная отрасль / А.К. Покровский. – М.: КноРус, 2019. – 368 с.
22. Романова, М. В. Логистика : практикум / М. В. Романова, Е. П. Романов. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 144 с.
23. Рябчинский А.И. Организация перевозочных услуг и безопасность транспортного процесса / А.И. Рябчинский, В.А. Гудков, Е.А. Кравченко. – М.: Academia, 2019. – 256 с.
24. Семенов А.И. Логистика. Основы теории. Учебник / А.И. Семенов, В.И. Сергеев. – М.: Союз, 2019. – 544 с.
25. Сергеев В.И. Логистика снабжения / В.И. Сергеев, И.П. Эльяшевич. – М.: Рид Групп, 2020. – 416 с.

26. Степанов В.И. Логистика производства. Учебное пособие / В.И. Степанов. – М.: ИНФРА–М, 2019. – 208 с.

27. Тебекин А.В. Логистика / А.В. Тебекин. – М.: Дашков и Ко, 2019. 356 с.