

УДК: 338.1:656

Гурьева Анастасия Александровна¹, преподаватель, аспирант кафедры «Экономическая теория, экономика и менеджмент»
e-mail: alieva052011@mail.ru

¹ФГБОУ ВО Государственный морской университет имени адмирала Ф.Ф. Ушакова, г. Новороссийск, Россия.

КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ В СФЕРЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. В статье приведены определения основных категорий, относящихся к теме исследования. В качестве теоретической базы проанализированы работы различных авторов, в результате чего были получены данные относительно конкретных цифровых решений, оказывающих влияние на уровень клиентоцентричности в сфере логистических услуг. Среди таких решений отмечены: применение информационных систем, позволяющих оптимизировать время совершения операции по продаже товара или оказанию услуги, соблюдение принципов безопасности совершаемых операций, а также формирование эффективных каналов коммуникации между продавцом и потребителем.

Ключевые слова: Big Data, дроны, электронный документооборот, бесшовно интегрированные каналы, блокчейн, «Omni-channel».

Современная реальность характеризуется достаточно динамичным течением инновационных процессов, отдельное место среди которых уделяется цифровизации. За последние десятилетия мировое сообщество пришло к тому, что большинство процедур и операций практически всех сфер жизнедеятельности общества и функционирования государства частично или полностью переведены в цифровой формат, подразумевающий под собой применение онлайн-инструментов, значительно экономящих время как потребителей, так и поставщиков товаров и услуг.

Тема данного исследования посвящена вопросу изучения категории клиентоцентричности в сфере логистических услуг в условиях цифровизации. Актуальность темы исследования подтверждается тем фактом, что в условиях рыночного механизма хозяйствования, отличительной чертой которого является повышенная конкуренция, хозяйствующие субъекты вынуждены искать способы повышения собственной конкурентоспособности. Добиться этого в условиях цифровизации можно посредством изучения интересов потребителей, а также прогнозирования потребительского поведения. На основе анализа потребностей конкретной группы потребителей, который в экономическом понятийном аппарате именуется как маркетинговый, организация в состоянии запланировать оптимальное сочетание характеристик продукта или услуги. Для формирования целостной картины относительно содержания данного исследования целесообразно привести определения основных категорий, относящихся к поднятой проблематике.

Цифровизация – процесс, который предполагает использование цифровых технологий и оцифрованных данных для трансформации бизнес-процессов, бизнес-моделей, бизнес-операций [1, с.150].

Рассуждая на тему определения логистических услуг Якунина Ю.С. отмечает: «Для отечественного рынка понятие «логистическая услуга» является новым. Многие

воспринимают логистические услуги только как комплекс транспортных услуг и/или услуг склада. Данное понимание является ошибочным и крайне ограниченным. Современный рынок логистических услуг может предложить широкий спектр услуг. Расширение предложения логистических услуг на отечественном рынке связано в первую очередь с приходом международных компаний на отечественный рынок. Логистические услуги следует воспринимать как целый комплекс услуг, способствующих эффективной организации материальных потоков [2, с.108].

Как видно из определения, представленного выше, автор, небезосновательно, подмечает факт того, что в виду влияния ошибочных стереотипов и шаблонов, большинство обывателей под логистическими услугами подразумевают исключительно транспортные услуги и услуги склада. Несомненно, данные услуги являются основными, однако заявления о том, что они единственные - ошибочны. Помимо услуг склада и перевозки товаров, к логистическим, по мнению исследователей, относят: циркулярную экономику, основанную на логистике, например, операции с возвратными потоками (возвратная тара, брак); а также информационное сопровождение материальных потоков; консультационные услуги, лизинг и многое другое.

Клиентоцентричность – одна из основных целей деятельности современного предприятия, которая достигается посредством сегментированного анализа отдельных групп потребителей, являющихся потенциальными пользователями конечной единицы продукции или услуги. Клиентоцентричность является основой современной конкурентоспособности, которая, в свою очередь, определяет показатели прибыльности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Цифровая трансформация сферы оказания логистических услуг является настолько обширной, что затрагивает не только движение материальных потоков и организацию транспортировки товаров, но и информационные поля торговых взаимоотношений межрегионального и международного уровня, а также ключевые направления бизнес-процессов предприятий.

Клиентоцентричность в сфере логистических услуг в условиях цифровизации проявляется через призму отдельных цифровых решений, которые по итогу влияют на удовлетворение потребностей клиентов.

Д.э.н. Абидов Магомед Хабибович и к.э.н. Исмаилова Фатима Нурудиновна в своем исследовании подробно освятили 8 цифровых решений, касающихся сферы оказания логистических услуг. В качестве примера приведем описание одного из данных решений и разьясим каким образом данное решение связано с концепцией клиентоцентричности: «Усовершенствованная робототехника. Внедрение достижений робототехники в логистику позволит повысить скорость и точность процессов цепочки поставок, выполнять задачи более эффективно и безопасно, исключить ошибки, связанные с человеческим фактором. Автоматизация и искусственный интеллект в будущем помогут полностью заменить человеческий труд» [3].

Как справедливо заметили авторы, робототехника в состоянии повысить скорость поставок. Данный факт свидетельствует о том, что данное цифровое решение позволяет сделать весомый шаг к удовлетворению основной потребности клиентов, заключающейся в экономии и оптимизации времени получения товара или услуги. Как отмечают многие исследователи, экономия времени – является практически главным элементов современных товарно-денежных отношений. Именно с этой целью и разрабатываются подобные технологии, такие как Big Data, облачные системы, интернет вещей, доставка дронами, которые также были отмечены Абидовым М.Х. и Исмаиловой Ф.Н.

Преследуя цели оптимизации времени получения товара или оказания услуги, конечные потребители, особенно в условиях современных реалий, изобилующих различными видами преступлений, связанных с кражей персональных данных и прочей



информации, представляющей личную или коммерческую тайну, все большее внимание уделяют вопросу безопасности и конфиденциальности.

В работе Абидова М.Х. и Исмаиловой Ф.Н. также был затронут вышеупомянутый вопрос: «Блокчейн в логистике гарантирует эффективную и надежную защиту данных, прозрачный и защищенный от постороннего вмешательства обмен информацией. Использование технологии блокчейн дает возможность упростить процедуру государственного контроля цепи поставок, станет препятствием для недобросовестной предпринимательской деятельности и будет способствовать снижению уровня контрафактной продукции в сфере обращения» [3].

Следует отметить, что в общем виде, цифровые преобразования приводят к тому, что снижается риск возникновения ошибок, связанных с человеческим фактором. В результате появления данных ошибок, конечный потребитель может столкнуться с целым рядом проблем, которые связаны с несвоевременным получением товара, получением товара или услуги ненадлежащего качества, а также утерей важных документов или прочих объектов, представляющих ценность для конечного потребителя. В этом контексте, важно упомянуть электронный документооборот, который, хоть и не является новейшим решением, в состоянии решить целый комплекс задач, связанных с сопровождением поставки товара.

Федотова, С.Н. отмечает: «Электронный документооборот является частью цифровой трансформации. Переход на электронный документооборот при управлении грузоперевозками представляет собой отказ от бумажных транспортных накладных в пользу электронных транспортных накладных. В качестве преимуществ, полученных при использовании ЭТрН можно выделить следующие: исключение затрат на печать документов; исключение затрат на доставку документов; исключение потери документов; получение информации о доставке и перемещении товаров в режиме онлайн; обмен электронными документами занимает несколько минут» [4]

Важным шагом на пути достижения максимальной клиентской удовлетворенности является налаживание коммуникации между продавцом и конечным потребителем. В виду сложности структуры цепи поставок, включающей множество посредников, возникает угроза недопонимания между продавцом и покупателем относительно различных аспектов. Эта проблема нивелируется за счет внедрения специализированных каналов коммуникации.

Шульмина А.И. отмечает: «Следующее направление развития связано с введением понятия бесшовно интегрированных каналов. Это понятие характеризует связь клиента с продавцом. Оно подразумевает объединение и координацию всех каналов коммуникации с клиентом, что благоприятно скажется на клиентоориентированном подходе. «Omni-channel» или другими словами «сквозная аналитика» помогает поставщику услуг или товара довести клиента до конечной цели – свершения покупки или выбора услуги. Складские операторы и логистические компании должны не отставать за тенденциями развития, так как это чревато потерей конкурентоспособности [5, с.222]

Как следует из абзаца, представленного выше, современные клиенты ценят эффективно выстроенные каналы коммуникации. Своевременные и целостные ответы на возникающие вопросы клиентов – являются гарантом поддержания должного уровня клиентоориентированности. Несмотря на великое многообразие цифровых решений в сфере логистических услуг, данное конкретное решение является аспектом, способным привнести в повседневную финансово-хозяйственную деятельность предприятий инновационную подоплеку, способную привлечь еще больше клиентов.

Резюмируя вышеизложенное можно сделать вывод о том, что клиентоцентричность в сфере логистических услуг сегодня, достигается в том числе по средствам применения цифровых решений, основными целями которых являются: экономия времени конечного потребителя, соблюдение принципов безопасности совершаемых операций, налаживание



прямой и эффективной коммуникации между продавцом и потребителем. По мнению автора, в этой связи требуется, разработка инструментария с помощью которого можно применять персонифицированные цифровые решения, которые максимально будут учитывать индивидуальные пожелания клиентов. Это предполагает создание матрицы индивидуальной клиентоцентричности, которая будет ориентирована на классификацию индивидуальных пожеланий клиентов в зависимости от их приверженности, платежеспособности, значимости (доля в формировании прибыли).

Совокупная реализация вышеупомянутых цифровых решений приведет к значительному росту клиентоориентированности логистического предприятия, что сделает его конкурентным на рынке.

Список литературы:

1. Кудрявцева, Т.Ю. Кожина, К.С. Основные понятия цифровизации. Вестник Академии знаний №44 (3), 2021. С. 149-151. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-ponyatiya-tsifrovizatsii/viewer> (дата обращения 07.06.2023)
2. Якунина, Ю.С. Логистические услуги: особенности и специфика в условиях российского рынка. Вестник Удмуртского университета. Экономика и право. 2014, т.24. Вып.4. С.107-112. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/logisticheskie-uslugi-osobennosti-i-spetsifika-v-usloviyah-rossiyskogo-rynka/viewer> (дата обращения 08.06.2023)
3. Абидов, М.Х. Исмаилова, Ф.Н. Перспективы развития логистики в условиях цифровизации // УЭПС. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-logistiki-v-usloviyah-tsifrovizatsii/viewer> (дата обращения 08.06.2023)
4. Федотова, С.Н. Цифровизация транспортно-логистических услуг // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №11-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-transportno-logisticheskikh-uslug/viewer> (дата обращения 09.06.2023)
5. Шульмина, А.И. Цифровизация в логистике // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №12-3. С. 220-223. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-v-logistike/viewer> (дата обращения 09.06.2023).

CUSTOMER-CENTRICITY IN THE FIELD OF LOGISTICS SERVICES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Anastasiia A. Gureva

Abstract. The article provides definitions of the main categories related to the research topic. As a theoretical basis, the works of various authors were analyzed, as a result of which data were obtained on specific digital solutions that affect the level of customer-centricity in the field of logistics services. Among such solutions were noted: the use of information systems that optimize the time of the transaction for the sale of goods or the provision of services, compliance with the principles of security of transactions, as well as the formation of effective communication channels between the seller and the consumer.

Keywords: Big Data, drones, electronic document management, seamlessly integrated channels, blockchain, "Omni-channel".

