

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА САЙТА ГРУЗОПЕРЕВОЗОЧНОЙ КОМПАНИИ ПРИ ОБСЛУЖИВАНИИ ЧАСТНЫХ КЛИЕНТОВ

В статье предлагается методика оценки качества сайта транспортно-логистической компании с позиций клиентоориентированности на основе опроса частных клиентов-грузоотправителей. Обоснование методики содержится в первой части исследования и практическая апробация на примере компании АО «РЖД-Логистика» — во второй. В основе методики лежит экспертная оценка. Ей подлежат общие и специальные критерии, предложенные автором в качестве индикаторов качества сайта грузоперевозчика. Результаты опроса респондентов очертили основные векторы для работы по совершенствованию раздела сайта компании АО «РЖД Логистика» в части контента, прозрачности алгоритма расчета стоимости услуг, возможности выбора класса обслуживания и получения ответов на интересующие клиента типовые вопросы. Благодаря анализу комментариев опрашиваемых экспертов относительно поставленных оценок стало возможным изучение причин их отклонения от максимальных значений и разработка ответных предложений по совершенствованию сайта компании с позиций клиентоориентированности.

Ключевые слова: оценка качества транспортного обслуживания, критерии качества, грузовые перевозки, сайт компании.

На текущем этапе все сектора экономики России и большинства стран мира переживают процесс глобальной трансформации своих взаимоотношений с клиентами и партнерами по бизнесу, а также официальными представителями власти. Характер этих взаимоотношений все больше приобретает дистанционную природу, количество офисов сокращается, растет численность сотрудников колл-центров, многообразие опций для использования на платформах компаний в Глобальной сети, применение голосовых помощников и чат-ботов для сокращения штата сотрудников, работающих в очном режиме.

Компании вынуждены менять архитектуру своих бизнес-моделей, модифицировать устоявшиеся в ходе многолетней практики бизнес-процессы, подключая к ним дистанционные технологии, поскольку потребитель, пережив опыт самоизоляции, стал все чаще пользоваться услугами удаленно и предъявлять более высокие требования к оказанию таких услуг.

Рынок грузоперевозок характеризуется высокой степенью конкуренции, у заинтересованного потребителя существует множественный выбор грузоперевозчиков, и этот выбор строится на основе критериев, существующих в голове у потенциального клиента, и происходит путем дистанционного контакта с компанией. Вследствие чего для достижения цели максимизации прибыли грузоперевозчик должен этот контакт сделать максимально простым,

интуитивно понятным, логично выстроенным, позволяющим оформить услугу «под ключ».

В отличие от представителей ряда отраслей, таких как туристическая, ресторанная, сфера развлечений, транспортно-логистический сектор не пережил серьезных потрясений в виде обнулившегося спроса, однако корректировка механизма привлечения и получения «готового» клиента произошла. Теперь лицом компании являются не сотрудники фронт-офиса, а ее цифровой отпечаток в Глобальной сети, иными словами — сайт.

Интернет-сайт есть не только совокупность программных, осведомительных и медийных составляющих, но инструмент маркетинга, от полноты использования которого зависит рост воронки продаж. Первый контакт потребителя с компанией происходит именно через сайт, поэтому от него зависит принятие клиентом решения о продолжении сотрудничества. В силу чего клиентоориентированная транспортно-логистическая компания, желающая расширить клиентскую базу, должна настолько глубоко понимать потребности своего клиента, интуитивно понимать и оцифровать его действия, а не выстроить сайт согласно своим представлениям о логике навигации и структурировании информации на нем, только такой подход способен обеспечить качественное оказание услуг.

Комплексное изучение истоков этой проблематики представлено в более ранних публикациях автора. Автором была разработана методика, которая



Рис. 1. Последовательность проведения исследования



Рис. 2. Общие индикаторы оценки качества сайта, предлагаемые автором

Источник: [Авторская разработка]



Рис. 3. Специальные индикаторы для оценки качества сайта грузоперевозочной компании частным клиентом

Источник: [Авторская разработка]

включала в себя такие элементы, как ориентированные на клиента критерии оценки качества грузоперевозок, градация измерительной шкалы для интерпретации результатов и непосредственно механизм сбора этих результатов путем анкетирования. В качестве объекта исследования был выбран сервис компании ОАО «РЖД» — «РЖД-Экспресс», предоставляющих возможность перевозки сборных грузов. При этом автора исследования интересовал сегмент клиентской аудитории в виде частных клиентов-физических лиц, поскольку именно качество услуг в их адрес является малоизученным [1–5]. Как выяснилось в ходе исследования, именно качество сайта крупнейшей грузоперевозочной компании, по мнению потребителя, нуждается в улучшении, в связи с чем на текущем этапе представляется разумным проведение детального исследования причин его низкой клиентской оценки и раз-

работка обоснованных механизмов ее повышения с учетом [6–10].

Этапы работы, согласующиеся с поставленной целью, включают в себя последовательные действия, логика которых представлена на рис. 1.

Следует отметить, что, как и любой сайт, интернет-ресурс транспортно-логистической компании должен отвечать некому набору общепринятых требований и в то же время содержать специфическую с уклоном на вид оказываемых услуг составляющую с той целью, чтобы в полной мере охватывать весь цикл оказания услуги: начиная от выбора даты и типа груза и заканчивая его приемкой. По этой причине становится очевидной необходимость введения понятий об общих и специфических критериях оценки.

Следует иметь в виду, что в предложенной автором системе критериев, заложено ограничение области их применения: они имеют отношение только к оценке сайта компании в части услуг грузоперевозки сборных грузов и не затрагивают другие виды услуг.

В действующей многолетней практике сформировалось некое представление о наборе требований, которым должен отвечать сайт любой компании. Формализованного либо законодательно закрепленного набора этих требований не существует, по причине разной целевой направленности этих сайтов: от социальной до коммерческой.

На основе ГОСТа ИСО/МЭК 25010-2015 «Информационные технологии. Системная и программная инженерия. Требования и оценка качества систем и программного обеспечения. Модели качества систем и программных продуктов» [7] автором были сформированы некие общие требования, которые предъявляет к сайту стандартный обыватель, интересующийся услугами компании. Критерии полностью сформулированы с позиций клиента, а не разработчика сайта, они представлены на рис. 2, объединенными в 4 группы.

Поскольку оказание транспортной услуги в целом и услуги по перевозке сборных грузов в частности имеет свою специфику, то для ее раскрытия предлагается проводить оценку с использованием наряду с общими специальными критериев. Такие критерии разрабатывались автором исходя их архитектуры самого бизнес-процесса — перевозки сборных грузов. Были выделены элементы этого бизнес-процесса (выбор предложения, дополнительные услуги, сроки доставки, варианты формирования стоимости, подписание договора, отслеживание груза и его получение). Критерии изображены на рис. 3.

На базе общих и специальных критериев в прикладной части исследования автором была проведена оценка сайта компании АО «РЖД-Логистика» с позиций клиентоориентированности. Экспертиза сайта осуществлялась с позиций потребителя-физического лица, приобретающего сервис по перевозке сборных грузов «РЖД-Экспресс».

На основе вышеприведенных критериев был составлен опросник, размещенный в открытом доступе в Глобальной сети в виде анкеты. Вопросы данной анкеты содержат формулировки, доступные для восприятия лицам, не обладающим специальными знаниями, — частным клиентам. Ответы на вопросы позволяют определить направления работы по совершенствованию сайта компании. Респондентам предлагалась 100-балльная шкала для оценки критериев и 10-балльная шкала для установ-

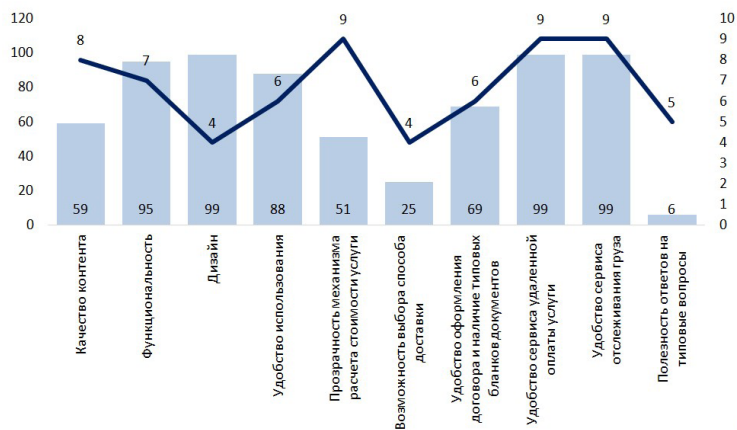


Рис. 4. Оценка качества сайта транспортно-логистической компании частными клиентами

Источник: [Составлено автором по результатам опроса]

ления их значимости, важности при принятии ими решения о возможном будущем сотрудничестве с компанией и подписании договора на перевозку сборных грузов. Также анкета содержала самостоятельную графу, где респонденты могли указать причину своей оценки, отличающейся от максимальной (100 баллов). Опрос проводился среди респондентов, обратившихся к сайту компании в целях приобретения услуги «РЖД-Экспресс» в мае – июне 2021 г. В опросе приняло участие 124 чел. Итоги опроса проиллюстрированы на рис. 4.

Проведение опроса позволило выявить сильные и слабые стороны сайта компании: по ряду критериев большинство опрошиваемых почти единогласно поставили приближенную к максимальной оценку (в среднем выше 90 баллов), а по другим критериям встречались оценки на уровне ниже среднего (менее 50 баллов). В диаграмме на рис. 4 представлены средние результаты, однако стоит отметить, что при обработке ответов было установлено, что математическое ожидание по каждой переменной было минимальным.

Респонденты высоко оценили такие характеристики сайта, как визуальное оформление (дизайн), композицию (функциональность сайта), качество сервисов удаленной оплаты и отслеживания траектории следования груза, присвоив высокую значимость — 9 баллов из 10 последним двум индикаторам качества.

По ряду индикаторов оценки оказались недостаточно высокими, что определяет векторы работы по совершенствованию сайта АО «РЖД-Логистика».

В частности, потребителей не удовлетворяет такая ключевая категория взаимодействия с клиентом, как «Качество контента», представленного на сайте. При высокой значимости на уровне 8-ми баллов, оно оценено на 59 баллов из 100 возможных.

Как показал опрос, непонятным для опрошенных является механизм расчета стоимости услуги, чья прозрачность получила оценку 51 балл. При этом значимость данного индикатора для современного клиента предельно высока и находится на 9-балльной отметке.

Еще по двум критериям качества (выбор способа доставки и наличие раздела, содержащего полезные ответы на типовые вопросы) зафиксированы крайне низкие оценки (25 и 6 баллов соответственно), но при этом выявленный недостаток нельзя на-

зывать критическим, поскольку значимость данных индикаторов для потребителя достаточно невелика (4 и 5 баллов из 10 соответственно).

С учетом степени значимости критериев для опрошенных было принято решение более детально исследовать причины неудовлетворенности контентом на сайте и прозрачностью алгоритма формирования стоимости услуги.

Для этой цели были подвергнуты экспертизе указанные опрошенными в специальной графе комментарии к ответам. Несмотря на различие в формулировках, ряд из них имели одинаковый смысл, поэтому были объединены в одну группу, часть комментариев была исключена из результатов, так как содержала недостоверную информацию, также дополнительной верификации были подвергнуты ссылки на ресурсы других грузовых компаний. Редко встречающиеся единичные комментарии были исключены из результатов как несущественные.

Было установлено, что по обоим исследуемым индикаторам пользователи, предоставляя оценку, указывали схожие причины неудовлетворенности, поэтому комментарии по поводу качества контента и механизма формирования стоимости услуги перевозки сборных грузов были интегрированы в единые блоки, содержащие пожелания клиентов к сайту компании. Схематично они представлены на рис. 5.

На рис. 5 представлены комментарии к индикаторам, получившим низкую оценку при высокой степени значимости. Выше было сказано о том, что низкую оценку получили и индикаторы, не столь значимые для опрошиваемых. Среди них «Возможность выбора способа доставки» и «Полезность ответов на типовые вопросы» (см. значения на рис. 4).

Анализ клиентских комментариев показывает, что под возможностью выбора способа доставки клиенты понимают наличие некой градации классов обслуживания, к примеру, в зависимости от скорости перевозки и включенных в стоимость дополнительных услуг. Очевидно, что качественное сегментирование клиентов компанией АО «РЖД-Логистика» позволило бы, с точки зрения дохода, выделить, как минимум, три группы: состоятельные клиенты (желающие получить услугу «под ключ»). Клиенты со средним уровнем дохода (они, как правило, оказываются наиболее скрупулезными в выборе компании, сравнивают предложения

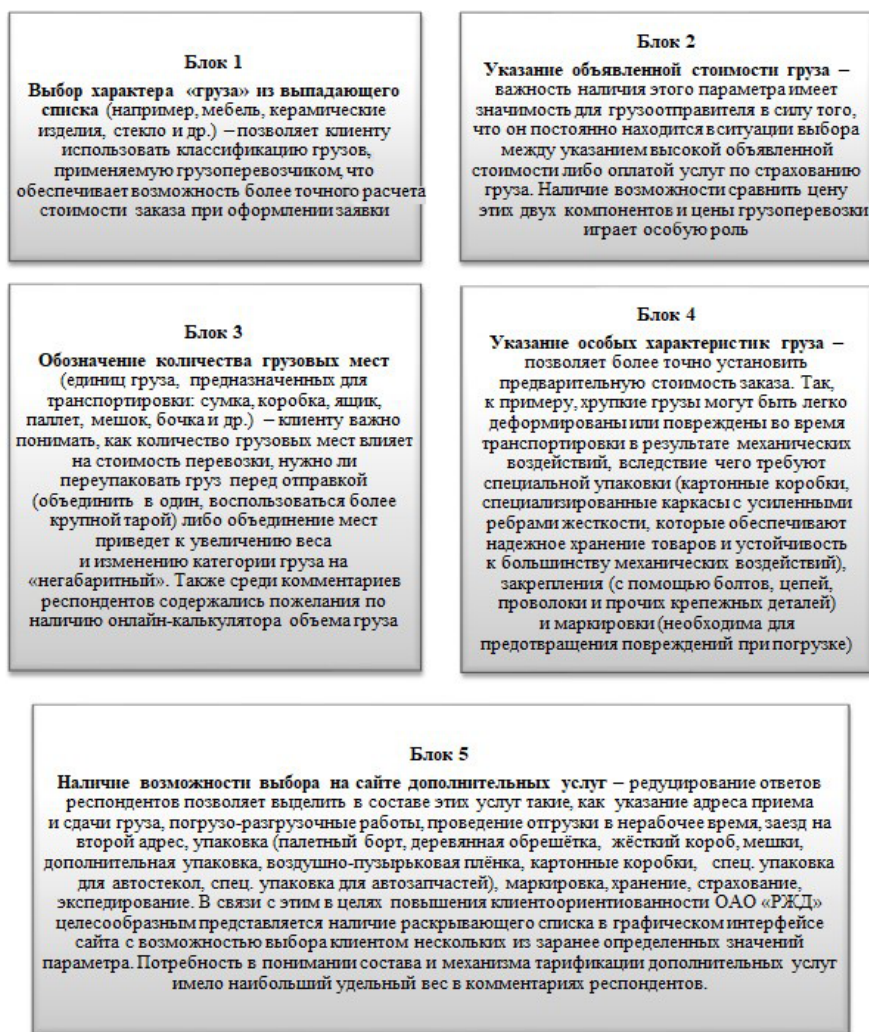


Рис. 5. Интегрированные комментарии клиентов относительно качества сайта компании
Источник: [Авторская разработка]

разных грузоперевозчиков по множеству параметров), клиенты с низким уровнем дохода (для них приоритетным критерием будет цена). Таким образом, наличие у компании пакетных предложений, их фиксация в стандартах обслуживания позволит привлечь дополнительный пул клиентов и сделать шаг в направлении развития клиентоориентированности путем самоограничения в интересах целевой группы, расположенной к закреплению партнерских взаимоотношений.

Среди низких оценок лидером в системе индикаторов оценки качества сайта компании стала полезность ответов на типовые вопросы (6 баллов из возможных 100 баллов).

Как выяснилось, раздел «Ответы на вопросы/ответы на типовые вопросы» на сайте компании отсутствует. Значимость таких ответов для клиентов невелика (5 баллов), видимо, в силу того, что к ним приходится прибегать в редких случаях, но, тем не менее, наличие такого раздела отражает уровень информационной доступности компании. Приобретая услугу в компании «РЖД-Логистика» клиент имеет возможность обратиться с вопросами в контактный центр/заказать обратный звонок, однако при наличии раздела с ответами на вопросы, возможно, компании удалось бы сократить количество обращений к помощи операторов контактного центра.

В оставленных в ходе опроса комментариях грузоотправители-частные клиенты отмечали в целом понятную логику архитектуры сайта, легкость работы с ним и простоту навигации, что нашло отражение в высоких оценках клиентов. Таким образом, предложенная автором статьи методика, обоснование которой содержится в первой части исследования, и практическая апробация на примере компании АО «РЖД-Логистика» — во второй, позволяет оценить сайт транспортно-логистической компании с позиций клиентоориентированности.

В основе методики лежит экспертная оценка. Ей подлежат общие и специальные критерии, предложенные автором в качестве индикаторов качества сайта грузоперевозчика.

Результаты опроса респондентов очертили основные векторы для работы по совершенствованию раздела сайта компании АО «РЖД-Логистика» в части контента, прозрачности алгоритма расчета стоимости услуг, возможности выбора класса обслуживания и получения ответов на интересующие клиента типовые вопросы.

Благодаря анализу комментариев опрашиваемых экспертов относительно поставленных оценок стало возможным изучение причин их отклонения от максимальных значений и разработка ответных предложений по совершенствованию сайта компании с позиций клиентоориентированности.

Библиографический список

1. Аветикян М. А., Вермишова П. И. Задачи и методы мониторинга уровня удовлетворенности клиентов услугами грузовых и пассажирских перевозок // Железнодорожный транспорт. 2017. № 3. С. 8 – 11.
2. Галабурда В. Г. Концепция управления качеством транспортного обслуживания // Наука и техника транспорта. 2003. № 2. С. 49 – 60.
3. Мишин В. И. Управление качеством. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 463 с.
4. Соколов Ю. И., Лавров И. М. Анализ динамики индекса качества транспортного обслуживания грузовладельцев // Корпоративное управление экономической и финансовой деятельностью на железнодорожном транспорте: сб. тр. по результатам III Междунар. науч.-практ. конф. Москва: Изд-во МИИТ, 2019. Вып. 17. С. 83 – 86.
5. Стринковская А. С. Диагностика качества транспортного обслуживания на грузовых автотранспортных предприятиях // Техника и технологии строительства. 2017. № 3 (11). С. 75 – 80.
6. Годовой отчет 2018 АО «РЖД-Логистика». URL: <https://www.rzdlog.ru/upload/iblock/23e/23e15f4bc9e30e74a88a11d443d13624.pdf> (дата обращения: 30.08.2021).
7. ГОСТ Р ИСО/МЭК 25010-2015. Информационные технологии (ИТ). Системная и программная инженерия. Требования и оценка качества систем и программного обеспечения (SQaRE). Модели качества систем и программных продуктов. Введ. 2016–06–01. URL: <http://base.garant.ru/71333208/> (дата обращения: 30.08.2021)
8. Обзор отрасли грузоперевозок в России. 2019 год. URL: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-transportation-](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-transportation-services-2019-rus/$FILE/ey-transportation-services-2019-rus.pdf)

services-2019-rus/\$FILE/ey-transportation-services-2019-rus.pdf (дата обращения: 30.08.2021).

9. Исследование в сфере оценки потребителями качества услуг на рынке грузоперевозок железнодорожным транспортом // Отчет ежеквартальных исследований Индекса качества. Москва: РЖД-Партнер, 2012.

10. Об утверждении Политики клиентоориентированности холдинга «РЖД» в области грузовых перевозок: распоряжение от 26 июля 2016 года № 1489р. URL: <http://docs.cntd.ru/document/456025278> (дата обращения: 30.08.2021).

ЮСУПОВА Ольга Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент (Россия), доцент кафедры «Финансы и кредит» Российского университета транспорта, г. Москва.

SPIN-код: 1040-4402

AuthorID (РИНЦ): 655526

ORCID: 0000-0003-1511-1398

Адрес для переписки: Qwerty6020@mail.ru

Для цитирования

Юсупова О. А. Клиентоориентированный подход в оценке качества сайта грузоперевозочной компании при обслуживании частных клиентов // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. 2022. Т. 7, № 2. С. 141 – 147. DOI: 10.25206/2542-0488-2022-7-2-141-147.

Статья поступила в редакцию 02.10.2021 г.

© О. А. Юсупова

CLIENT-ORIENTED APPROACH FOR ASSESSING THE QUALITY OF WEBSITE OF FREIGHT FORWARDING COMPANY WHEN SERVICING PRIVATE CLIENTS

The article proposes a methodology for assessing the quality of the site of a transport and logistics company from the standpoint of customer focus on the basis of a survey of private clients-shippers. The first part of the article contains the rationale for the methodology. The second part of the article contains its approbation on the example of the company JSC RZD-Logistics. The methodology is based on expert judgment. It is subject to general and special criteria proposed by the author as indicators of the quality of the carrier's website. The results of the survey of respondents outlined the areas of work to improve the section of the website of the Russian Railways Logistics company in terms of website content, transparency of the algorithm for calculating the cost of services, the possibility of choosing a class of service and getting answers to typical questions of interest to the client. Thanks to the analysis of the comments of the interviewed experts regarding the ratings set, it became possible to study the reasons for their deviation from the maximum values and develop responses to improve the company's website from the standpoint of customer focus.

Keywords: assessment of the quality of transport services, quality criteria, freight transportation, company website.

References

1. Avetikyan M. A., Vermishova P. I. Zadachi i metody monitoringa urovnya udovletvovennosti kliyentov uslugami gruzovykh i passazhirskikh perevozok [Objectives and Methods of Monitoring the Level of Customer Satisfaction with Freight and Passenger Transportation Services] // *Zheleznodorozhnyy transport. Railway Transport*. 2017. No. 3. P. 8–11. (In Russ.).

2. Galaburda V. G. Kontsepsiya upravleniya kachestvom transportnogo obsluzhivaniya [The concept of quality management of transport services in its own] // *Nauka i tekhnika transporta. Science and Technology of Transport*. 2003. No. 2. P. 49–60. (In Russ.).

3. Mishin V. I. Upravleniye kachestvom [Quality management]. 2nd ed. Moscow: UNITI-DANA Publ., 2005. 463 p. (In Russ.).

4. Sokolov Yu. I., Lavrov I. M. Analiz dinamiki indeksa kachestva transportnogo obsluzhivaniya gruzovladel'tsev [Analysis of dynamics of quality index of transport services for cargo owners] // *Korporativnoye upravleniye ekonomicheskoy i finansovoy deyatel'nost'yu na zheleznodorozhnom transporte. Corporate Management of Economic and Financial Activities in Railway Transport*. Moscow: MIIT Publ., 2019. Issue. 17. P. 83–86. (In Russ.).

5. Strinkovskaya A. S. Diagnostika kachestva transportnogo obsluzhivaniya na gruzovykh avtotransportnykh predpriyatiyakh [Diagnostics of quality of transport service of cargo motor transport organizations] // *Tekhnika i tekhnologii stroitel'stva. Engineering and Construction Technologies*. 2017. No. 3 (11). P. 75–80. (In Russ.).

6. Godovoy otchet 2018 AO «RZHD Logistika» [Annual report 2018 of JSC Russian Railways Logistics]. URL: <https://www.rzdlog.ru/upload/iblock/23e/23e15f4bc9e30e74a88a11d443d13624.pdf> (accessed: 30.08.2021). (In Russ.).

7. GOST R ISO/MEK 25010-2015. Informatsionnyye tekhnologii (IT). Sistemnaya i programmaya inzheneriya. Trebovaniya i otsenka kachestva sistem i programmnoy obespecheniya (SQuaRE). Modeli kachestva sistem i programmykh produktov [GOST R ISO/IEC 25010-2015. Information technology (IT). System and software engineering. Requirements and quality assessment of systems and software (SQuaRE). Models of the quality of systems and software products]. URL: <http://base.garant.ru/71333208/> (accessed: 30.08.2021) (In Russ.).

8. Obzor otrasli gruzoperevozok v Rossii 2019 god [Overview of the freight transportation industry in Russia 2019]. URL: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-transportation-services-2019-rus/\\$FILE/ey-transportation-services-2019-rus.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-transportation-services-2019-rus/$FILE/ey-transportation-services-2019-rus.pdf) (accessed: 30.08.2021). (In Russ.).

9. Issledovaniye v sfere otsenki potrebitelyami kachestva uslug na rynke gruzoperevozok zheleznodorozhnym transportom [Research in the field of consumer assessment of the quality of services in the rail freight market] // *Otchet ezhekvertal'nykh issledovaniy Indeksa kachestva* [Report of the quarterly research of the Quality Index]. Moscow: RZD-Partner, 2012. (In Russ.).

10. Ob utverzhdenii Politiki kliyentooriyentirovannosti kholdinga «RZHD» v oblasti gruzovykh perevozok: rasporyazheniye ot 26 iyulya 2016 goda № 1489r [On the approval of the Client-Oriented Policy of the Russian Railways Holding in the field of freight traffic: Order No. 1489p dated July 26, 2016]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/456025278> (accessed: 30.08.2021). (In Russ.).

For citations

YUSUPOVA Olga Anatolyevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Finance and Credit Department, Russian University of Transport, Moscow.
SPIN-code: 1040-4402
AuthorID (RSCI): 655526
ORCID: 0000-0003-1511-1398
Correspondence address: Qwerty6020@mail.ru

Yusupova O. A. Client-oriented approach for assessing the quality of website of freight forwarding company when servicing private clients // Omsk Scientific Bulletin. Series Society. History. Modernity. 2022. Vol. 7, no. 2. P. 141 – 147. DOI: 10.25206/2542-0488-2022-7-2-141-147.

Received October 02, 2021.
© **O. A. Yusupova**