

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

Навчально-науковий Інститут
енергетичної, інформаційної та транспортної інфраструктури

Кафедра транспортних систем і логістики

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи магістра

на тему **Розробка ефективних стратегій обслуговування
клієнтів ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС»
у міському сполученні**

Виконав: студент 2 курсу, групи М РозТранс 2024-1
спеціальності 275 – «Транспортні технології
(за видами)» освітньо-наукової програми

«Розумний транспорт і логістика для міст»

Овчаренко К.С.

Керівник Рославцев Д.М.

Рецензент Давідіч Ю.О.

Харків – 2026 року

**Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова**

Факультет Навчально-науковий Інститут енергетичної, інформаційної та
транспортної інфраструктури

Кафедра Транспортних систем і логістики

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Освітня програма «Розумний транспорт і логістика для міст»
(шифр і назва)

Спеціальність 275 "Транспортні технології" (за видами)
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

к.т.н., проф. Куш Є.І.

" " 2026 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Овчаренку Кирилу Сергійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Розробка ефективних стратегій обслуговування
клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні

керівник проекту (роботи) Рославцев Дмитро Миколайович, канд. техн. наук, доц.
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу № 184-03 від 27.02.2026 р.

2. Строк подання студентом проекту (роботи) 15.05.2026 р.

3. Вихідні дані до проекту (роботи) в додатку до завдання на дипломну
розробку

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно
розробити). Вступ. 1 Теоретичні основи обслуговування клієнтів у сфері
міських транспортних послуг. 2 Аналіз діяльності ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»
та оцінка рівня обслуговування клієнтів. 3 Розробка стратегій підвищення
ефективності обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС». 4 Оцінка
ефективності впровадження запропонованих рішень у транспортно-
логістичну діяльність ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС». Висновки. Перелік
посилань. Додатки. 5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням
обов'язкових креслень). Графічний матеріал подається в вигляді презентації.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Перевірка на плагіат	Толмачов І.О., інженер кафедри ТСЛ		

7. Дата видачі завдання 06.03.2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретичні основи обслуговування клієнтів у сфері міських транспортних послуг	25.03.2026	
2	Аналіз діяльності ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» та оцінка рівня обслуговування клієнтів	15.04.2026	
3	Розробка стратегій підвищення ефективності обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС»	01.05.2026	
4	Оцінка ефективності впровадження запропонованих рішень у транспортно-логістичну діяльність ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС»	10.05.2026	
5	Висновки. Перелік посилань. Додатки.	12.05.2026	

Студент

(підпис)

Овчаренко К.С.

(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи)

(підпис)

Рославцев Д.М.

до завдання на кваліфікаційну роботу магістра

(прізвище, ім'я, по батькові)

на тему: «Розробка ефективних стратегій обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ
ТРАК ПАРТС» у міському сполученні»

Вид сполучення міські перевезення запасних частин до вантажних автомобілів

Таблиця 1 – Область варіювання параметрів міських вантажних перевезень

Параметри	Відстань доставки, хв.	Обсяг партії вантажу,	Час навантаження- розвантаження,	Інтервал надходження замовлень,	Технічна швидкість, км/год.
Значення		т	год.	год.	
Мінімальне	8	1	0,25	1	20
Максимальне	25	2	0,5	3	50

Дата видачі завдання 06.03.2026 р.

Студент

(підпис)

Керівник ДР

(підпис)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з 63 сторінок машинописного тексту, містить 3 ілюстрації, 11 таблиць, 23 літературних джерела.

Об'єкт дослідження: процес транспортного обслуговування клієнтів у міському сполученні.

Мета роботи: розробка ефективних стратегій підвищення якості обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні на основі аналізу існуючої системи та сучасних підходів до управління транспортно-логістичним сервісом.

Метод дослідження: теоретичний, емпіричний, статистичний.

Отримані результати. У результаті виконання роботи проведено аналіз діяльності ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» та існуючої системи транспортного обслуговування клієнтів у міському сполученні.

Виявлено основні переваги та недоліки організації обслуговування, зокрема недостатній рівень автоматизації процесів, обмежену інформаційну прозорість та резерви підвищення використання транспортних ресурсів.

Визначено її сильні та слабкі сторони організаційної структури підприємства. Розроблено практичні рекомендації щодо підвищення якості обслуговування клієнтів, через впровадження сучасних інформаційних технологій, оптимізації логістичних процесів та розвитку клієнтоорієнтованого підходу.

Рекомендації з впровадження: результати, отримані в ході роботи, здатні послужити основою для формування обґрунтованих підходів до надання сервісних послуг власникам вантажів у контексті міських вантажоперевезень.

СТРАТЕГІЯ, ТРАНСПОРТНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ, СИСТЕМА,
УПРАВЛІННЯ, ВИТРАТИ, ЕФЕКТ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ У СФЕРІ МІСЬКИХ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ.....	10
1.1 Зміст клієнтського обслуговування на автомобільному транспорті.....	10
1.2 Особливості обслуговування клієнтів у міському сполученні.....	12
1.3 Чинники, що впливають на якість транспортного обслуговування клієнтів.....	13
1.4 Сучасні стратегії обслуговування клієнтів при перевезеннях вантажів.....	15
1.5 Висновки за розділом.....	18
Розділ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» ТА ОЦІНКА РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ.....	19
2.1 Загальна характеристика ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС».....	19
2.2 Аналіз ефективності організаційної структури ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС».....	21
2.3 Дослідження існуючої системи транспортного обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС».....	24
2.4 Висновки за розділом.....	27
Розділ 3 РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС».....	29
3.1 Обґрунтування стратегій удосконалення клієнтського сервісу.....	29

Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата
Розроб.		Овчаренко К.С.		
Перевір.		Рославцев Д.М.		
Н. контр.		Бурко Д.Л.		
Затв.		Куш Є.І.		

ННІЕІТІ ТСЛ Мн РозТранс 2024-1 ТТ XXX...Х ПЗ

Пояснювальна записка

Літера	Аркуш	Аркушів
к р р	6	63

ХНУМГ

3.2 Аналіз існуючих CRM-систем для впровадження до транспортно-логістичної діяльності.....	30
3.3 Аналіз існуючих TMS-систем для оптимізації планування перевезень.....	33
3.4 Аналіз результатів впровадження системи Bitrix24 з управління клієнтською базою.....	36
3.5 Аналіз результатів провадження системи планування перевезеннями «Візіком-карти».....	40
3.6 Висновки за розділом.....	45
Розділ 4 Оцінка ефективності впровадження запропонованих рішень у транспортно-логістичну діяльність ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС».....	47
4.1 Визначення економічного ефекту від впровадження CMR- та TMS-систем у виробничу діяльність ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС».....	47
4.2 Рекомендації щодо вибору ефективної стратегії обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС».....	54
4.3 Висновки за розділом.....	56
ВИСНОВКИ.....	58
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	61

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку економіки транспортно-логістична галузь відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного функціонування підприємств та задоволенні потреб споживачів. Особливої актуальності набуває проблема підвищення якості обслуговування клієнтів у сфері автомобільних перевезень, зокрема у міському сполученні, де транспортні процеси характеризуються високою динамічністю, складністю організації та значним впливом зовнішніх факторів.

Зростання конкуренції на ринку транспортних послуг, підвищення вимог клієнтів до швидкості, надійності та прозорості перевезень обумовлюють необхідність впровадження сучасних підходів до управління клієнтським сервісом. У цих умовах підприємства повинні не лише забезпечувати якісне виконання перевезень, але й формувати ефективну систему взаємодії з клієнтами, що сприятиме підвищенню їх задоволеності та лояльності.

Таким чином, постає питання вдосконалення системи обслуговування клієнтів у транспортно-логістичних підприємствах з урахуванням особливостей міського середовища, а також впровадження інноваційних інструментів управління, зокрема цифрових технологій та CRM-систем.

Об'єктом дослідження є процес транспортного обслуговування клієнтів у міському сполученні.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти формування та вдосконалення системи обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні.

Метою роботи є розробка ефективних стратегій підвищення якості обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні на основі аналізу існуючої системи та сучасних підходів до управління транспортно-логістичним сервісом.

Для того, щоб досягти зазначеної мети у роботі поставлено наступні завдання дослідження:

- дослідити теоретичні основи та сучасні підходи до обслуговування клієнтів у сфері автомобільного транспорту та логістики;
- проаналізувати особливості та чинники формування якості обслуговування клієнтів у міському сполученні;
- здійснити аналіз діяльності ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» та оцінити ефективність існуючої системи обслуговування клієнтів;
- розробити та оцінити ефективність заходів щодо підвищення ефективності обслуговування клієнтів підприємства.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ У СФЕРІ МІСЬКИХ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

1.1 Зміст клієнтського обслуговування на автомобільному транспорті

Клієнтське обслуговування є одним із ключових елементів ефективного функціонування підприємств автомобільного транспорту та логістики, оскільки воно безпосередньо впливає на рівень задоволеності споживачів, конкурентоспроможність компанії та її ринкові позиції. В умовах зростаючої конкуренції та підвищення вимог клієнтів до якості послуг, організація ефективного сервісу стає стратегічним завданням підприємств [1].

У загальному розумінні клієнтське обслуговування – це сукупність процесів, заходів та інструментів, спрямованих на забезпечення потреб клієнта на всіх етапах взаємодії з підприємством: від отримання інформації про послугу до її фактичного надання та післяпродажного супроводу. У сфері автомобільного транспорту та логістики цей процес має специфічні особливості, пов'язані з необхідністю забезпечення своєчасності, надійності та безпеки перевезень [2].

Зміст клієнтського обслуговування у транспортно-логістичній сфері охоплює кілька ключових складових [3]. По-перше, це інформаційне забезпечення клієнта, яке включає надання повної та достовірної інформації про маршрути, терміни доставки, тарифи, умови перевезення та можливі обмеження. Важливим аспектом є оперативність комунікації та доступність інформаційних каналів.

По-друге, значну роль відіграє організація процесу перевезення, яка передбачає планування маршрутів, оптимізацію використання транспортних засобів, координацію роботи учасників процесу доставки та контроль за

виконанням замовлень. У цьому контексті якість обслуговування визначається такими показниками, як якість доставки, дотримання термінів, збереження вантажу та гнучкість у реагуванні на зміну умов.

По-третє, складовою клієнтського сервісу є управління взаємовідносинами з клієнтами, що включає обробку замовлень, ведення клієнтської бази, індивідуалізацію обслуговування та формування довгострокових партнерських відносин. Використання сучасних інформаційних систем, зокрема CRM-рішень, дозволяє підвищити ефективність взаємодії з клієнтами та забезпечити персоналізований підхід.

Окрему увагу слід приділити післяпродажному обслуговуванню, яке включає обробку рекламаций, вирішення спірних ситуацій, отримання зворотного зв'язку та вдосконалення сервісу на основі отриманих даних. Саме цей етап часто визначає рівень лояльності клієнтів та їх готовність до подальшої співпраці [4].

У сфері міської доставки вантажів клієнтське обслуговування має додаткові особливості, пов'язані з високою динамікою транспортних потоків, обмеженістю часу на обслуговування та необхідністю швидкого реагування на зміну дорожньої ситуації. Це обумовлює потребу у впровадженні інтелектуальних транспортних систем, цифрових сервісів відстеження доставки та автоматизації процесів управління перевезеннями [5].

Таким чином, зміст клієнтського обслуговування на автомобільному транспорті та у логістиці являє собою комплекс взаємопов'язаних процесів, спрямованих на забезпечення високої якості транспортних послуг. Ефективна організація цих процесів дозволяє підприємствам не лише задовольняти потреби клієнтів, але й формувати стійкі конкурентні переваги в умовах сучасного ринку.

1.2. Особливості обслуговування клієнтів у міському сполученні

Обслуговування клієнтів у сфері міського сполучення має специфічні риси, що зумовлені високою інтенсивністю транспортних потоків, обмеженістю простору та часу, а також підвищеними вимогами до швидкості й надійності надання послуг. На відміну від міжміських або міжнародних перевезень, міські транспортні системи функціонують у складному та динамічному середовищі, що безпосередньо впливає на організацію клієнтського сервісу [6].

Однією з ключових особливостей є висока частота взаємодії з клієнтами. У міському сполученні обслуговування здійснюється безперервно, з великою кількістю користувачів протягом короткого часу. Це вимагає від підприємств забезпечення швидкого обслуговування, мінімізації часу очікування та оптимізації процесів обробки замовлень або перевезень.

Другою важливою особливістю є залежність якості обслуговування від зовнішніх факторів. До таких факторів належать дорожня ситуація, затори, погодні умови, стан інфраструктури та регулювання руху. У зв'язку з цим підприємства повинні впроваджувати гнучкі системи управління, які дозволяють оперативно реагувати на зміни та забезпечувати стабільність сервісу.

Третьою особливістю є необхідність забезпечення високої швидкості та точності обслуговування. У міських умовах клієнти очікують швидкої доставки товарів або своєчасного прибуття транспорту. Будь-які затримки негативно впливають на рівень задоволеності споживачів та можуть призвести до втрати клієнтів.

Важливим аспектом є також інформаційна прозорість та доступність сервісів. Сучасні клієнти очікують можливості відстеження замовлень у режимі реального часу, отримання повідомлень про статус доставки або зміни в русі транспорту. Це зумовлює активне впровадження цифрових технологій, мобільних додатків та онлайн-платформ.

Ще однією особливістю є високий рівень конкуренції на ринку міських транспортних і логістичних послуг. Підприємства змушені постійно вдосконалювати сервіс, впроваджувати нові підходи до обслуговування клієнтів, підвищувати якість комунікації та розширювати спектр послуг.

Крім того, слід враховувати індивідуалізацію обслуговування, яка набуває все більшого значення. Клієнти очікують персоналізованих рішень, гнучких умов доставки, можливості вибору часу та способу отримання послуг. Це вимагає від підприємств використання сучасних систем управління взаємовідносинами з клієнтами та аналізу їхніх потреб.

Не менш важливою є соціальна складова обслуговування, особливо у міському середовищі. Транспортні та логістичні послуги повинні бути доступними для різних категорій населення, включаючи маломобільні групи, що впливає на вимоги до якості сервісу.

Отже, обслуговування клієнтів у міському сполученні характеризується високою динамічністю, залежністю від зовнішніх факторів, необхідністю оперативного реагування та впровадження сучасних технологій. Ефективна організація клієнтського сервісу в таких умовах є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств та забезпечення високого рівня задоволеності клієнтів.

1.3. Чинники, що впливають на якість транспортного обслуговування клієнтів

Якість транспортного обслуговування клієнтів є комплексною характеристикою, що відображає здатність підприємства задовольняти потреби споживачів у процесі надання транспортно-логістичних послуг. Вона формується під впливом широкого кола чинників, які можна класифікувати за різними ознаками: внутрішні та зовнішні, організаційні, технічні, економічні та соціальні [7].

До внутрішніх чинників належать ті, що безпосередньо залежать від діяльності підприємства. Насамперед це рівень організації логістичних процесів, який включає ефективність планування маршрутів, оптимізацію транспортних потоків, управління замовленнями та координацію роботи персоналу. Чітко налагоджені бізнес-процеси дозволяють забезпечити своєчасність і надійність виконання перевезень.

Важливу роль відіграє технічний стан транспортних засобів. Сучасний, справний та відповідний до вимог парк автомобілів забезпечує безпеку перевезень, знижує ризик затримок та підвищує рівень довіри клієнтів. Разом із цим значення має і рівень використання сучасних технологій, зокрема систем GPS-моніторингу, автоматизованих систем управління транспортом (TMS) та CRM-систем.

До внутрішніх чинників також відноситься кваліфікація персоналу. Професійна підготовка водіїв, диспетчерів та менеджерів із логістики безпосередньо впливає на якість обслуговування, швидкість реагування на нестандартні ситуації та ефективність комунікації з клієнтами.

Не менш важливим є рівень організації клієнтського сервісу, який включає швидкість обробки замовлень, доступність інформації, якість консультацій та післяпродажне обслуговування. Високий рівень сервісу сприяє формуванню лояльності клієнтів і довгострокових партнерських відносин.

До зовнішніх чинників належать фактори, на які підприємство має обмежений вплив, але які суттєво визначають якість обслуговування. Одним із ключових є стан транспортної інфраструктури, включаючи якість дорожнього покриття, пропускну здатність вулиць, наявність розв'язок і логістичних вузлів.

Значний вплив мають транспортні умови міста, зокрема рівень завантаженості доріг, наявність заторів, організація дорожнього руху та обмеження для вантажного транспорту. У міських умовах ці фактори часто є визначальними для дотримання термінів доставки.

Також важливими є економічні чинники, такі як рівень цін на паливо, витрати на обслуговування транспорту, податкове навантаження та загальна економічна ситуація. Вони впливають на собівартість перевезень і, відповідно, на можливості підприємства підтримувати високий рівень сервісу.

Окрему групу становлять інформаційні чинники, що пов'язані з рівнем цифровізації транспортних процесів. Наявність сучасних інформаційних систем забезпечує прозорість обслуговування, можливість відстеження замовлень у реальному часі та оперативне інформування клієнтів.

Крім того, важливу роль відіграють соціальні та поведінкові чинники, які включають очікування клієнтів, рівень їхньої платоспроможності, вимоги до якості сервісу та рівень довіри до підприємства. У сучасних умовах клієнти все більше орієнтуються на швидкість, зручність та індивідуалізацію обслуговування.

Таким чином, якість транспортного обслуговування клієнтів формується під впливом взаємодії численних чинників, що охоплюють як внутрішню діяльність підприємства, так і зовнішнє середовище його функціонування. Комплексний підхід до управління цими чинниками дозволяє підвищити ефективність роботи підприємства, забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів та зміцнити конкурентні позиції на ринку транспортно-логістичних послуг.

1.4 Сучасні стратегії обслуговування клієнтів при перевезеннях вантажів

У сучасних умовах розвитку транспортно-логістичної галузі управління обслуговуванням клієнтів зазнає суттєвих трансформацій, що зумовлено цифровізацією економіки, зростанням конкуренції та підвищенням вимог споживачів до якості сервісу. Традиційні підходи або стратегії до організації обслуговування поступово замінюються інноваційними моделями,

орієнтованими на клієнта, гнучкість та використання сучасних інформаційних технологій [8].

Одним із ключових сучасних підходів є клієнтоорієнтований підхід, який передбачає максимальне врахування потреб і очікувань споживачів при організації транспортних послуг. У рамках цього підходу підприємства формують довгострокові відносини з клієнтами, підвищують рівень їх лояльності та створюють додаткову цінність через якісний сервіс. Перехід до клієнтоорієнтованої моделі є результатом зміни парадигми логістичного менеджменту у бік маркетингу взаємовідносин.

Важливим напрямом є управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). CRM-системи виступають не лише як програмні рішення, а як стратегічний інструмент управління бізнесом, що дозволяє автоматизувати процеси обслуговування, аналізувати поведінку клієнтів та персоналізувати послуги. Їх використання сприяє підвищенню ефективності взаємодії з клієнтами, скороченню часу обробки замовлень та покращенню якості сервісу.

Ще одним сучасним підходом є управління клієнтським досвідом (Customer Experience Management, CEM). Він передбачає комплексне управління всіма точками контакту клієнта з підприємством, починаючи від першого звернення і завершуючи післяпродажним обслуговуванням. Основною метою є створення позитивного досвіду взаємодії, що забезпечує формування довіри та довгострокових відносин із клієнтами.

Суттєвого значення набуває цифровізація транспортних процесів, яка включає використання інформаційно-комунікаційних технологій, автоматизованих систем управління транспортом (TMS), GPS-моніторингу, Big Data та хмарних платформ. Ці технології дозволяють забезпечити прозорість перевезень, оперативне прийняття управлінських рішень та підвищення точності планування. Перехід до цифрових моделей управління сприяє інтеграції всіх учасників ланцюга постачання та підвищує рівень клієнтського сервісу.

Окремим напрямом є інтегрований підхід до управління транспортним сервісом, який поєднує операційні, комунікаційні та поведінкові аспекти обслуговування. Такий підхід передбачає не лише оптимізацію транспортних процесів, але й врахування психологічних факторів взаємодії з клієнтами, що дозволяє підвищити рівень задоволеності споживачів.

Також активно розвивається data-driven підхід до управління, який базується на використанні аналітики даних для прийняття управлінських рішень. Завдяки цьому підприємства можуть прогнозувати попит, оптимізувати маршрути перевезень та швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

У сучасних умовах важливим стає і омніканальний підхід до обслуговування клієнтів, що передбачає використання різних каналів взаємодії (телефон, електронна пошта, мобільні додатки, чат-боти, онлайн-платформи) з метою забезпечення зручності та доступності сервісу для клієнтів.

Стратегія, сфокусована на екології, зумовлена підвищенням обізнаності громадськості щодо довкілля та жорсткіших норм (приміром, Євро-6 чи Паризька кліматична угода), що змушує бізнес-суб'єкти впроваджувати кроки для зниження власного вуглецевого впливу; він також охоплює перехід на електричні транспортні засоби, застосування відновлюваних джерел енергії для пального (як-от біодизель чи водень), розробку логістичних шляхів з метою мінімізації викидів, а також інтеграцію енергоощадних рішень на складських об'єктах.

Таким чином, сучасні підходи до управління обслуговуванням клієнтів у галузі перевезень вантажів характеризуються орієнтацією на клієнта, широким використанням цифрових технологій, інтеграцією бізнес-процесів та застосуванням аналітичних інструментів. Їх впровадження дозволяє підприємствам підвищити ефективність діяльності, покращити якість обслуговування та зміцнити конкурентні позиції на ринку транспортно-логістичних послуг.

1.5 Висновки за розділом

На основі аналізу літературних та інтернет-джерел встановлено, що сутність клієнтського сервісу у сфері автомобільних перевезень і постає як сукупність взаємозалежних етапів, мета яких – гарантувати відмінну якість наданих транспортних послуг. Вправне структурування цих етапів дає змогу компаніям не просто задовольняти запити клієнтів, а й вибудовувати тривкі переваги над конкурентами у сучасному ринковому просторі.

Обслуговування клієнтів у межах міста вирізняється значною плинністю, чутливістю до зовнішніх обставин, потребою у швидких відгуках та впровадженні передових технологічних рішень. Продуктивне налагодження клієнтського сервісу за таких умов стає ключовим елементом для посилення змагальності фірм та досягнення високого ступеня задоволеності користувачів.

Рівень якості транспортного обслуговування споживачів вибудовується під впливом безлічі складових, що охоплюють як внутрішню діяльність суб'єкта господарювання, так і зовнішнє середовище його функціонування. Системний підхід до керування цими факторами дає змогу наростити продуктивність праці підприємства, забезпечити високу ступінь задоволення клієнтів та укріпити свої позиції серед конкурентів на ринку логістичних і транспортних послуг.

Отже, нинішні стратегії керування взаємодією з клієнтами у сфері вантажних перевезень вирізняються зосередженістю на споживачеві, активним застосуванням електронних засобів, поєднанням робочих процесів та використанням інструментів для аналізу даних. Запровадження цих підходів дає змогу компаніям збільшити свою продуктивність, вивести на новий рівень якість наданих послуг та укріпити свої позиції серед конкурентів на ринку логістичних рішень.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» ТА ОЦІНКА РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ

2.1 Загальна характеристика ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»

Товариство з обмеженою відповідальністю «ОЛІ ТРАК ПАРТС» є суб'єктом господарювання, що здійснює діяльність у сфері транспортно-логістичних послуг та забезпечення автомобільного транспорту запасними частинами. Підприємство зареєстроване в Україні та функціонує на ринку автомобільних перевезень і обслуговування транспортних засобів.

Підприємство здійснює технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів; ремонт і технічне обслуговування машин та устаткування; вантажні автомобільні перевезення.

Таким чином, діяльність ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» має комплексний характер і охоплює як логістичні послуги, так і забезпечення транспортних засобів необхідними матеріально-технічними ресурсами.

Підприємство здійснює свою діяльність на загальній системі оподаткування та має відповідні дозвільні документи для здійснення вантажних перевезень, зокрема ліцензію на міжнародні перевезення вантажів автомобільним транспортом.

Аналіз видів діяльності підприємства дозволяє зробити висновок, що ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» функціонує як багатопрофільне підприємство, яке поєднує елементи логістичного оператора, постачальника автозапчастин та сервісного центру з обслуговування транспортних засобів. Це забезпечує підприємству можливість комплексного задоволення потреб клієнтів у сфері автомобільних перевезень.

Важливою особливістю діяльності підприємства є орієнтація на обслуговування комерційного транспорту, що зумовлює специфіку клієнтської бази (підприємства, перевізники, логістичні компанії) та підвищені вимоги до якості сервісу, швидкості обробки замовлень і надійності постачання.

Отже, ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» є сучасним підприємством транспортно-логістичної сфери, яке має необхідні організаційні та виробничі передумови для ефективного функціонування та подальшого розвитку на ринку послуг перевезень і технічного обслуговування транспортних засобів.

Характеристику роботи парку рухомого складу підприємства надано у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Техніко-експлуатаційні показники роботи ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» у 2025 році

№	Показник	Значення		Виконання, %
		Планове	Фактичне	
1	Облікова число рухомого складу, од.	10	9	90
	тягачів	10	9	90
	напівпричепів	3	2	67
2	Середня вантажопідйомність парку, т	22	20	90,9
3	Обсяг перевезень, т	1500	1110	73,3
4	Ступінь використання вантажності	0,8	0,7	87,5
5	Ступінь використання пробігу	0,9	0,8	88,9
6	Середня відстань доставки, км	600	450	75,0
7	Середній час наряду, год.	8,0	6,8	85,0
8	Дохід, грн	10500000	8266100	78,7
9	Облікова кількість робітників, чол.	30	27	90,0

Згідно з табл. 2.1, причинами того, що планові показники не були досягнуті у межах 10–30%, є насамперед недостатня кількість бажаних

подати заявки на транспортні та ремонтні роботи, а також зношеність рухомого складу, закріпленого за компанією. Крім того, загальне уповільнення комерційної активності серед клієнтів ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» спричинене поточною економічною кон'юнктурою в Україні.

2.2 Аналіз ефективності організаційної структури ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС»

Організаційна структура підприємства є важливим елементом системи управління, що визначає розподіл функцій, відповідальності та взаємодію між підрозділами. Для ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» характерною є лінійно-функціональна структура, яка поєднує централізоване управління з функціональною спеціалізацією підрозділів.

З огляду на відносно невеликий розмір підприємства, обрана організаційна структура є доцільною, оскільки: забезпечує простоту управління; скорочує витрати на адміністративний персонал; дозволяє швидко приймати управлінські рішення.

Централізація управління на рівні директора сприяє оперативному контролю за діяльністю підприємства, однак одночасно підвищує навантаження на керівника.

Функції між основними підрозділами розподілені наступним чином: комерційний відділ – залучення клієнтів і продаж послуг; логістичний відділ – організація перевезень; технічний відділ – забезпечення технічної готовності транспорту; бухгалтерія – фінансовий облік і звітність; відділ продажу – реалізація запчастин та витратних матеріалів.

Переваги наявної організаційної структури: простота та зрозумілість управління; швидкість прийняття рішень; невеликі управлінські витрати; можливість персоналізованого підходу до клієнтів.

Недоліки наявної організаційної структури: надмірна централізація управління; залежність від керівника підприємства; відсутність окремого

підрозділу клієнтського сервісу; обмежений рівень автоматизації управлінських процесів; можливі затримки в обробці інформації через відсутність чіткої регламентації бізнес-процесів.

Такий розподіл функцій є логічним і відповідає специфіці діяльності підприємства. Водночас спостерігається певне перетинання функцій, зокрема між комерційним і логістичним відділами у частині взаємодії з клієнтами.

З метою всебічного аналізу ефективності організаційної структури ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» проведено оцінювання її функціонування за системою ключових критеріїв, що відображають рівень управління підприємством, якість внутрішніх процесів та здатність організації адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

Організаційна структура підприємства безпосередньо впливає на ефективність реалізації логістичних процесів, швидкість обробки замовлень, рівень обслуговування клієнтів та загальні результати господарської діяльності. У зв'язку з цим її оцінювання є необхідним етапом дослідження, що дозволяє виявити наявні недоліки та обґрунтувати напрями подальшого вдосконалення [9].

Для проведення аналізу було обрано систему критеріїв, які найбільш повно характеризують функціонування організаційної структури підприємства в умовах міського сполучення. До них належать: оперативність прийняття управлінських рішень, гнучкість структури, рівень централізації управління, чіткість розподілу функцій, ефективність внутрішніх комунікацій, рівень автоматизації управлінських процесів, клієнтоорієнтованість, навантаження на керівний склад, координація між підрозділами та здатність адаптуватися до специфіки міського транспортного середовища [10].

Оцінювання здійснювалося за п'ятибальною шкалою, де 1 бал відповідає низькому рівню ефективності, 2 – нижче середнього, 3 – середньому, 4 – достатньому, а 5 – високому рівню. Такий підхід дозволяє кількісно узагальнити якісні характеристики організаційної структури та провести порівняльний аналіз окремих аспектів її функціонування.

Отримані результати оцінювання відображають реальний стан організації управління на підприємстві та дають можливість визначити як сильні сторони (оперативність, гнучкість, орієнтація на клієнта), так і проблемні аспекти (рівень автоматизації, централізація управління, комунікаційні процеси). Узагальнені результати наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Оцінка ефективності організаційної структури ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»

№	Критерій оцінки	Характеристика критерію	Бал
1	Оперативність управління	Швидке прийняття рішень	5
2	Гнучкість організаційної структури	Можливість адаптації до змін	4
3	Рівень централізації управління	Висока централізація	3
4	Чіткість розподілу функцій	Часткове дублювання функцій	3
5	Ефективність комунікацій	Залежить від особистих контактів	3
6	Рівень автоматизації управління	Низький рівень впровадження ІТ-рішень	2
7	Орієнтація на клієнта	Висока, але не формалізована	4
8	Навантаження на керівника	Високе	3
9	Координація між підрозділами	Середній рівень	3
10	Адаптивність до міських умов роботи	Достатня	4
Середній бал			3,4

Отримане у табл. 2.2 значення інтегральної оцінки (3,4 бала) свідчить про середній рівень ефективності організаційної структури підприємства.

Найвищі показники спостерігаються за критеріями оперативності управління та клієнтоорієнтованості, що є характерним для підприємств малого та середнього бізнесу.

Водночас низький рівень автоматизації, надмірна централізація управління та недостатня формалізація бізнес-процесів обмежують потенціал підвищення ефективності діяльності підприємства.

2.3 Дослідження існуючої системи транспортного обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»

ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» здійснює діяльність у сфері транспортно-логістичних послуг, зокрема організації перевезення вантажів, а також супутніх сервісів, включаючи страхування та обслуговування вантажів. Це дозволяє підприємству формувати комплексну систему обслуговування клієнтів у міському сполученні.

Система транспортного обслуговування клієнтів підприємства базується на поєднанні логістичних, інформаційних та сервісних процесів, які забезпечують виконання замовлень у межах міста та прилеглих територій.

Процес обслуговування клієнтів у ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» включає такі етапи:

- 1) прийом і обробка замовлення – замовлення надходять через менеджерів або телефонні/електронні канали, на цьому етапі уточнюються параметри перевезення: тип вантажу, обсяг, терміни доставки;
- 2) планування перевезення – логістичний відділ здійснює підбір транспортного засобу, формує маршрут і визначає оптимальний час доставки з урахуванням міських умов;
- 3) виконання перевезення – безпосереднє транспортування вантажу із контролем процесу перевезення та координацією з водієм;
- 4) інформаційний супровід клієнта – клієнт отримує інформацію про статус виконання замовлення (у більшості випадків – у комунікації телефоном з менеджером);
- 5) завершення обслуговування та зворотний зв'язок – оформлення документів, розрахунок, можливе отримання відгуку клієнта.

Система транспортного обслуговування підприємства має такі особливості: комплексний характер послуг – підприємство поєднує перевезення вантажів із додатковими сервісами (страхування, супровід), що підвищує рівень обслуговування клієнтів; орієнтація на B2B-сегмент –

основними клієнтами є підприємства-споживачі запчастин, що формує підвищені вимоги до надійності та швидкості виконання замовлень; невеликий масштаб підприємства – чисельність персоналу становить близько 30 осіб, що обумовлює більш просту, але гнучку систему управління; використання традиційних каналів комунікації – основна взаємодія з клієнтами здійснюється телефоном через менеджерів, що може обмежувати швидкість обробки інформації.

Переваги існуючої системи обслуговування є наступними:

- гнучкість у прийнятті рішень завдяки невеликій структурі підприємства;
- можливість індивідуального підходу до клієнтів;
- комплексність логістичних послуг, оперативність взаємодії між підрозділами.

Недоліки та існуючої системи обслуговування такі:

- обмежений рівень автоматизації процесів, відсутність повноцінної CRM або TMS-системи;
- залежність від людського фактору при обробці замовлень;
- обмежена інформаційна прозорість для клієнтів (відсутність незалежного онлайн-відстеження руху вантажу);
- вплив міських дорожніх умов (затори, обмеження руху), що ускладнює дотримання термінів доставки.

У межах міста система обслуговування функціонує в умовах: високої щільності транспортних потоків; частих змін дорожньої ситуації; необхідності швидкого реагування на запити клієнтів; обмежень для руху вантажного транспорту. Це вимагає від підприємства постійної адаптації транспортних процесів та підвищення оперативності управління перевезеннями [11].

Основні показники транспортного обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні наведено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Основні показники транспортного обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні

№	Показник	Одиниця виміру	Значення
1	Кількість виконаних замовлень за добу	од./доба	5
2	Середній час виконання замовлення	год.	2
3	Середня довжина маршруту доставки	км	23
4	Коефіцієнт своєчасності доставки	частка одиниці	0,87
5	Коефіцієнт використання пробігу	частка одиниці	0,72
6	Коефіцієнт використання вантажності	частка одиниці	0,78
7	Коефіцієнт використання робочого часу	частка одиниці	0,74
8	Кількість повторних клієнтів	відсоток	64
9	Кількість скарг клієнтів	скарг/100 замовлень	6

Аналіз наведених у табл. 2.2 показників свідчить, що підприємство забезпечує відносно стабільний рівень транспортного обслуговування в умовах міського сполучення. Зокрема, коефіцієнт своєчасності доставки (0,87) вказує на достатньо високий рівень дотримання термінів, однак наявність відхилень обумовлена впливом міських транспортних умов. Коефіцієнт використання пробігу (0,72), завантаження автомобілів (0,78) та використання робочого часу (0,74) свідчать про наявність резервів для підвищення ефективності використання рухомого складу. Частка повторних клієнтів (64%) підтверджує задовільний рівень клієнтської лояльності.

Таким чином, існуюча система транспортного обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні є функціональною та забезпечує базовий рівень якості послуг. Водночас вона потребує вдосконалення шляхом впровадження сучасних інформаційних технологій, підвищення рівня автоматизації та розвитку клієнтоорієнтованих підходів.

2.4 Висновки за розділом

У результаті дослідження існуючої системи транспортного обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні встановлено, що підприємство забезпечує виконання основних логістичних функцій на достатньому рівні, поєднуючи процеси перевезення, обробки замовлень та взаємодії з клієнтами. Система обслуговування має послідовну структуру та включає ключові етапи: прийом замовлення, планування перевезення, виконання доставки та інформаційний супровід клієнта.

Аналіз показників транспортного обслуговування свідчить про відносно стабільну роботу підприємства у міських умовах. Зокрема, достатній рівень своєчасності доставки та значна частка повторних клієнтів вказують на прийнятну якість сервісу та сформовану клієнтську базу. Водночас виявлено резерви підвищення ефективності використання ресурсів, зокрема за рахунок оптимізації маршрутів та підвищення коефіцієнтів завантаження (0,72), використання пробігу (0,78) та робочого часу транспортного засобу (0,74).

Оцінка організаційної структури підприємства показала, що вона є адекватною масштабу діяльності та забезпечує оперативність прийняття управлінських рішень. Лінійно-функціональна структура сприяє чіткому розподілу основних функцій між підрозділами, однак має певні недоліки, зокрема надмірну централізацію управління, залежність від керівника та недостатню формалізацію бізнес-процесів.

Проведена бальна оцінка ефективності організаційної структури дозволила визначити її середній рівень (3,4 бала), що свідчить про наявність як сильних сторін (оперативність, гнучкість, клієнтоорієнтованість), так і проблемних аспектів (низький рівень автоматизації, недостатня ефективність комунікацій, обмежена координація між підрозділами).

Таким чином, результати аналізу підтверджують необхідність удосконалення системи транспортного обслуговування клієнтів та організаційної структури підприємства. Основними напрямками покращення є

впровадження сучасних інформаційних технологій (CRM, TMS), підвищення рівня автоматизації процесів, оптимізація логістичних операцій та розвиток клієнтоорієнтованого підходу.

Отримані результати є підґрунтям для розробки ефективних стратегій підвищення якості обслуговування клієнтів, що буде розглянуто у наступному розділі.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»

3.1 Обґрунтування стратегій удосконалення клієнтського сервісу

В умовах посилення конкуренції на ринку транспортно-логістичних послуг та зростання вимог клієнтів до якості обслуговування особливого значення набуває формування ефективних стратегічних напрямів удосконалення клієнтського сервісу. Для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» необхідність таких змін обумовлена виявленими у попередньому розділі проблемами, зокрема недостатнім рівнем автоматизації, обмеженою інформаційною прозорістю, відносно низькою оперативністю при виконанні замовлень та недосконалістю комунікаційних процесів.

Формування стратегічних напрямів має базуватися на комплексному підході, що враховує специфіку діяльності підприємства, особливості міського сполучення та сучасні тенденції розвитку транспортної логістики [12]. Отже, основним стратегічними напрямками вдосконалення є:

- 1) цифровізація процесів обслуговування клієнтів – одним із ключових напрямів є впровадження сучасних інформаційних технологій, зокрема CRM-систем (Customer Relationship Management – управління відносинами з клієнтами, або управління клієнтською базою), що дозволить автоматизувати процеси взаємодії з клієнтами, підвищити швидкість обробки замовлень та забезпечити збереження і аналіз даних;
- 2) впровадження TMS-рішень (Transportation Management System – система управління перевезеннями) – це програмне забезпечення для автоматизації керування автомобільними вантажними перевезеннями, що допомагає планувати маршрути, покращувати показники використання пробігу та транспортних засобів, підбирати перевізників, вести клієнтську

базу (частково), відстежувати вантажі у реальному часі та загалом оптимізувати витрати;

3) підвищення інформаційної прозорості сервісу – сучасні клієнти очікують доступу до інформації про статус виконання замовлення у режимі реального часу. У зв'язку з цим важливим є створення системи онлайн-інформування клієнтів, включаючи повідомлення про етапи перевезення, можливі затримки та час прибуття вантажу;

4) розвиток клієнтоорієнтованого підходу – необхідно підвищити рівень персоналізації обслуговування шляхом врахування індивідуальних потреб клієнтів, формування гнучких умов співпраці та підвищення якості комунікації, доцільним є також впровадження системи збору та аналізу зворотного зв'язку.

3.2 Аналіз існуючих CRM-систем для впровадження до транспортно-логістичної діяльності

У сучасних умовах цифрової трансформації економіки впровадження інформаційних технологій є одним із ключових напрямів підвищення ефективності діяльності транспортно-логістичних підприємств. Для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» цифровізація процесів обслуговування клієнтів є необхідною умовою підвищення якості сервісу, зниження витрат та забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Аналіз існуючої системи обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» показав, що значна частина процесів взаємодії з клієнтами здійснюється вручну або за допомогою базових інструментів (телефон, електронна пошта, різноманітні месенджери, записи у щоденниках, блокнотах й т.й). Дослідження показують [12], що орієнтовно при кількості клієнтів від 10 це призводить до: втрати частини інформації про клієнтів; збільшення часу обробки замовлень; залежності від людського фактору; ускладнення контролю за виконанням замовлень; й взагалі, невиконання замовлень.

Впровадження CRM-системи дозволяє вирішити зазначені проблеми шляхом централізації даних, автоматизації процесів та підвищення прозорості взаємодії з клієнтами. Отже, для підприємства доцільно впровадити CRM-систему, яка забезпечує: ведення єдиної бази клієнтів; автоматизацію обробки замовлень; контроль етапів виконання перевезення; фіксацію історії взаємодії з клієнтами; аналіз ефективності роботи менеджерів; формування звітності. Особливо важливою є інтеграція CRM із системами управління транспортом (TMS), що дозволяє забезпечити єдиний інформаційний простір підприємства.

Процес впровадження CRM-системи на підприємстві доцільно здійснювати поетапно: аналіз потреб підприємства – визначення функціональних вимог до системи; вибір програмного рішення – оцінка доступних CRM-платформ; налаштування системи – адаптація під специфіку підприємства; навчання персоналу – підготовка працівників до роботи з системою; тестування та запуск – перевірка функціонування системи в реальних умовах; оцінка ефективності впровадження.

Впровадження цифрових технологій та CRM-системи дозволить досягти таких результатів [13]:

- скорочення часу обробки замовлень на 15–25 %;
- підвищення рівня своєчасності доставки на 10–15 %;
- зменшення кількості помилок у роботі з клієнтами;
- підвищення рівня задоволеності клієнтів;
- покращення контролю за діяльністю підприємства;
- зменшення витрат клієнтів на прийом та виконання замовлення.

У табл. 3.1 наведено порівняння трьох популярних CRM-систем, які активно використовуються у різних сферах українського бізнесу, та мають різного ступеня можливості інтеграції з транспортно-логістичними процесами та обробки запитів клієнтів.

Таблиця 3.1 – Порівняння розповсюджених в Україні CRM-систем для транспортно-логістичного підприємства

Критерій	Назва CRM-системи		
	Bitrix24	KeepinCRM	NetHunt CRM
Вартість (до 10 користувачів, окрім NetHunt CRM)	1499 грн/міс.	799 грн/міс.	1300 грн/користувач
Інтеграція з транспортною логістикою	Висока (пряма інтеграція з TMS та GPS-модулями)	Середня (сторонні API-модулі, що потребують підключення)	Середня (сторонні API-модулі, що потребують підключення)
Локалізація	Українська	Українська	Українська
Складність впровадження	Середня	Низька	Низька
Автоматизація бізнес-процесів	Висока	Середня	Середня
Можливість використання транспортно-логістичними компаніями	Так	Частково	Частково
Робота з мобільних пристроїв	Повна	Частково	Частково
Інтеграція з поштовими сервісами	Базова	Базова	Повна
Інтеграція з месенджерами (WhatsApp, Telegram, Viber, Instagram Direct, Facebook Messenger)	Базова	Базова	Повна
Можливість масштабування	Висока	Середня	Середня

Порівняльний аналіз, наведений у табл. 3.1, показує, що найбільш функціональним рішенням для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» є Bitrix24, оскільки система має широкі можливості інтеграції з транспортно-логістичними сервісами, підтримує автоматизацію бізнес-процесів та дозволяє масштабувати систему відповідно до потреб підприємства.

KeepinCRM є більш доступним рішенням для малого бізнесу та характеризується простотою впровадження, однак має обмежені можливості для глибокої інтеграції з транспортною логістикою.

NetHunt CRM доцільно використовувати підприємствам, діяльність яких значною мірою базується на роботі з електронною поштою та Google Workspace. Система забезпечує зручну комунікацію з клієнтами, але менш

адаптована до складних транспортних й логістичних процесів порівняно з Bitrix24.

3.3 Аналіз існуючих TMS-систем для оптимізації планування перевезень

Ефективність діяльності транспортно-логістичних підприємств значною мірою залежить від рівня організації та оптимізації логістичних процесів, особливо в умовах міського сполучення. Для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» характерними є типові проблеми міського середовища: затори, обмеження руху, нерівномірність попиту та складність планування маршрутів. Це зумовлює необхідність впровадження комплексних заходів з оптимізації логістичних операцій.

Основні напрями оптимізації транспортних процесів: 1) оптимізація складення маршрутів руху – одним із ключових напрямів є вдосконалення процесу формування маршрутів перевезень; використання сучасних алгоритмів маршрутизації (Vehicle Routing Problem – VRP) дозволяє мінімізувати довжину маршрутів, скоротити час доставки та зменшити витрати на паливо; важливим є врахування факторів міського середовища: інтенсивності руху, часових обмежень та дорожніх умов; 2) зменшення порожнього пробігу – значні втрати ефективності пов'язані з холостими пробігами транспортних засобів, для їх зниження доцільно використовувати: об'єднання замовлень (консолідацію вантажів); зворотну логістику (пошук зворотних завантажень); динамічне планування маршрутів; 3) підвищення рівня завантаження транспортних засобів – оптимальне використання вантажопідйомності транспортних засобів дозволяє зменшити кількість рейсів та витрати на перевезення; 4) скорочення часу простоїв транспорту – час простою транспортних засобів є важливим фактором ефективності. Для його зменшення необхідно: оптимізувати графіки навантаження та розвантаження; покращити координацію між замовниками й транспортною організацією.

На сучасному ринку існує велика кількість TMS-систем (Transport Management System), призначених для управління транспортно-логістичними процесами. Найбільш відомими серед них є SAP Transportation Management, Oracle Transportation Management, Microsoft Dynamics 365, Ant Logistics та інші. Більшість таких рішень характеризуються широким функціоналом, однак потребують значних витрат на впровадження, технічну підтримку та навчання персоналу [14].

Характеристику TMS-систем, що набули використання в Україні, наведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Характеристика найбільш розповсюджених у Україні TMS-систем

Критерій	Назва TMS-системи			
	SAP Transportation Management	Oracle Transportation Management	ANT Logistics	Візіком-карти
Вартість впровадження	Дуже висока (від 800 тис. дол.)	Дуже висока (від 200 тис. дол.)	Середня (від 10 тис. грн)	Низька (до 10 тис. грн)
Особливості впровадження	Складна інтеграція, тривале впровадження (6-8 міс.), тривале навчання персоналу	Складна інтеграція, великі транспортні компанії, тривале впровадження (2-4 міс.), тривале навчання персоналу	Хмарне Software as Service-рішення, відносно швидке впровадження (1-4 тижні), швидке навчання персоналу	Безкоштовні базові функції маршрутизації, платне підключення GPS-модулів, просте впровадження без значних витрат протягом 3-5 днів
Локалізація	Часткова	Часткова	Українська	Повна українська
Складність впровадження	Висока	Висока	Середня	Низька
Автоматизація процесів	Дуже висока	Дуже висока	Висока	Середня
Робота з мобільних пристроїв	Так	Так	Так	Так
Можливість масштабування	Дуже висока	Дуже висока	Висока	Достатня для малого бізнесу

Продовження табл. 3.2

Критерій	Назва TMS-системи.			
	SAP Transportation Management	Oracle Transportation Management	ANT Logistics	Візіком-карти
Необхідність навчання персоналу	Значна	Значна	Помірна	Мінімальна
Потреба у власному IT-відділі	Так	Так	Бажано	Ні
Доцільність впровадження у невеликій компанії	Низька	Низька	Середня	Висока

Отже, виходячи з даних табл. 3.2, для ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС», яке є підприємством малого/середнього бізнесу, більш доцільним є використання сервісу «Візіком-карти», оскільки дана система поєднує достатній функціонал для планування маршрутів із простотою використання та невисокою вартістю впровадження. Крім того, «Візіком» адаптований до української транспортної інфраструктури, підтримує актуальні карти міст та стан дорожнього руху у цих містах та дозволяє ефективно оптимізувати маршрути в умовах міського сполучення [15].

Однією з головних переваг системи є невисока вартість впровадження. У порівнянні з великими міжнародними TMS-платформами, які потребують значних витрат на ліцензії та інтеграцію, «Візіком» пропонує більш доступні рішення, а окремі функції маршрутизації можуть використовуватись безкоштовно або з мінімальними витратами. Це особливо важливо для підприємства, яке не має великого IT-бюджету.

Ще однією перевагою є простота впровадження та використання. Інтерфейс системи є зрозумілим для диспетчерів і логістів без необхідності тривалого навчання персоналу. Це дозволяє швидко інтегрувати систему у поточні бізнес-процеси підприємства.

Важливим фактором є також адаптація до українських умов експлуатації. Система містить актуальні карти українських міст, враховує особливості дорожньої інфраструктури та краще працює з локальними маршрутами, ніж багато міжнародних сервісів.

Крім того, Візиком підтримує: побудову оптимальних маршрутів за критерієм мінімального пробігу; багатоточкову доставку; оцінку часу руху; інтеграцію з GPS-моніторингом; відображення дорожньої ситуації [16].

Для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» це дозволяє без значних інвестицій отримати базовий функціонал TMS-системи та підвищити ефективність логістичних процесів у міському сполученні.

Таким чином, вибір системи «Візіком-карти» обумовлений її економічною доступністю, простотою використання, адаптацією до українського ринку та достатнім набором функцій для планування процесу перевезень.

3.4 Аналіз результатів впровадження системи Bitrix24 з управління клієнтською базою

З метою оцінки ефективності впровадження CRM-системи у діяльність ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» було проведено порівняльний аналіз основних показників клієнтського обслуговування до та після цифровізації процесів управління. Аналіз охоплює показники оперативності обробки замовлень, рівня своєчасності доставки, якості взаємодії з клієнтами та ступеня автоматизації бізнес-процесів.

Впровадження CRM-системи дозволяє не лише оптимізувати внутрішні процеси підприємства, але й підвищити рівень прозорості логістичних операцій, скоротити вплив людського фактору та покращити якість клієнтського сервісу. Особливо важливим це є для підприємств, що працюють у сфері міських перевезень, де швидкість обробки інформації та оперативність реагування мають вирішальне значення [17].

Показники «після впровадження» CRM- та TMS-систем були отримані на основі прогнозової оцінки ефективності цифровізації логістичних і сервісних процесів підприємства. Їх формування базувалося на: аналізі існуючих показників діяльності ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»; практичних результатах впровадження CRM- та TMS-рішень у транспортно-логістичних компаніях; рекомендаціях розробників програмного забезпечення; даних наукових публікацій щодо ефективності автоматизації логістичних процесів.

Прогнозні значення були визначені методом експертної оцінки з урахуванням очікуваного впливу автоматизації на швидкість обробки замовлень, якість комунікацій та ефективність маршрутизації.

Зокрема, покращення обслуговування клієнтів зумовлене наступним:

- скорочення часу обробки замовлень обґрунтоване автоматизацією роботи з клієнтською базою та усуненням ручного введення даних;
- підвищення коефіцієнта своєчасності доставки пов'язане з використанням TMS-системи, інтегрованої до CRM-системи, та оптимізацією маршрутів;
- зменшення кількості скарг клієнтів пояснюється покращенням інформаційного супроводу та контролю виконання замовлень;
- зростання частки повторних клієнтів прогнозується за рахунок підвищення якості сервісу та швидкості реагування на запити.

Крім того, при визначенні показників враховувалися середні результати, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу після впровадження CRM- і TMS-систем, згідно з аналітичними матеріалами та практикою цифровізації логістичних процесів [18, 19].

Загальний вид користувацького інтерфейсу системи управління клієнтською базою Bitrix 24 наведено на рис. 3.1.

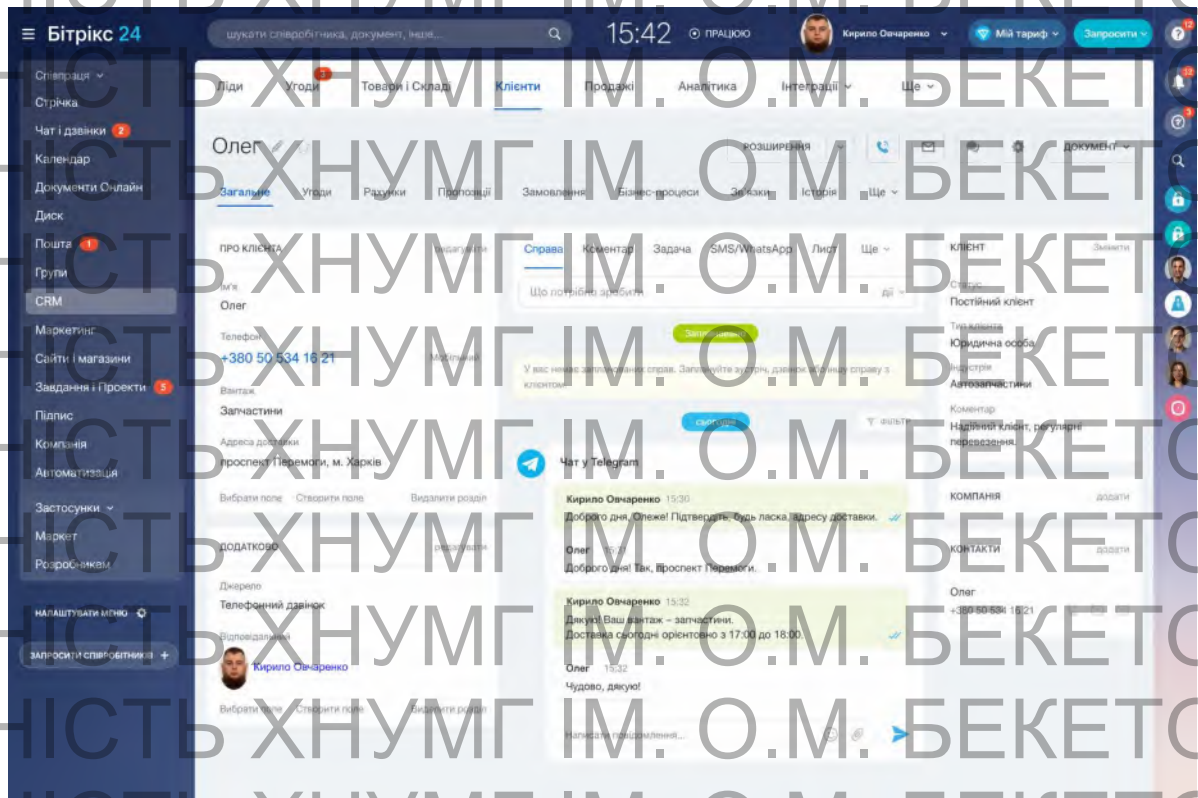


Рисунок 3.1 – Інтерфейсу системи управління клієнтською базою Bitrix 24

Результати порівняння показників перед та після впровадження системи обліку клієнтури Bitrix24 наведено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Результати порівняння показників перед та після впровадження системи обліку клієнтури Bitrix24

№	Показник	Перед впровадженням	Після впровадження	Зміна
1	Час обробки замовлення, хв.	30	23	+23,3%
2	Кількість замовлень на добу	5	8	+60%
3	Коефіцієнт своєчасності доставки	0,87	0,94	+8,1%
4	Рівень втрати клієнтів, %	10	6	+40%
5	Частка повторних клієнтів, %	61	72	+12,1 %
6	Час реагування на запит клієнта, хв	15	10	-33,3%
7	Кількість скарг (на 100 замовлень)	6	3	-50%
8	Рівень автоматизації процесів	низький	високий	збільшення
9	Прозорість обслуговування	обмежена	висока	збільшення
10	Контроль виконання замовлень	частковий	повний	збільшення

Аналіз результатів порівняння показників до та після впровадження системи обліку клієнттури Bitrix24 свідчить про суттєве підвищення ефективності роботи підприємства та покращення якості обслуговування клієнтів.

Найбільш помітні зміни спостерігаються у швидкості виконання операцій. Час обробки замовлення скоротився з 30 до 23 хвилин, тобто приблизно на 27%, що свідчить про автоматизацію рутинних процедур та оптимізацію роботи персоналу. Також зменшився час реагування на запит клієнта — з 15 до 10 хвилин, або на 33,3%, що позитивно впливає на рівень сервісу та задоволеність клієнтів.

Після впровадження системи збільшилась кількість замовлень на добу з 5 до 8, що становить близько 23% приросту. Це може бути пов'язано зі скороченням часу обробки заявок, кращою організацією роботи менеджерів та підвищенням продуктивності праці.

Позитивна динаміка спостерігається і щодо якості логістичного обслуговування. Коефіцієнт своєчасності доставки зріс з 0,87 до 0,93, тобто приблизно на 7%, що свідчить про покращення контролю виконання замовлень та координації процесів перевезення.

Водночас значно покращились показники взаємодії з клієнтами. Рівень втрати клієнтів скоротився з 10% до 6%, тобто майже вдвічі, а частка повторних клієнтів зросла з 64% до 74%. Це підтверджує підвищення лояльності споживачів та ефективності CRM-системи у підтримці довгострокових відносин із клієнтами.

Кількість скарг на 100 замовлень зменшилась із 6 до 3, що також свідчить про підвищення якості обслуговування, зниження кількості помилок та покращення контролю за виконанням замовлень.

Окремо слід відзначити якісні зміни в організації управління. Рівень автоматизації процесів змінився з низького на високий, прозорість обслуговування — з обмеженої на високу, а контроль виконання замовлень став повним замість часткового. Це свідчить про формування єдиного

інформаційного середовища, у якому всі етапи роботи з клієнтом можуть відслідковуватись у режимі реального часу.

У цілому результати таблиці підтверджують, що впровадження системи Bitrix24 забезпечило комплексне підвищення ефективності діяльності підприємства, покращення якості клієнтського сервісу, прискорення обробки інформації та зростання рівня керованості бізнес-процесів.

3.5 Аналіз результатів провадження системи планування перевезеннями «Візіком-карти»

З метою підвищення ефективності транспортного обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» було проведено оптимізацію маршрутів перевезень у межах м. Харкова за допомогою управління перевезеннями «Візіком-карти». Цей картографічний сервіс однойменної компанії, що присутня на ринку з тисяча дев'яност. дев'яносто першого року. Вони зосереджені на створенні детальних мап України, забезпечуючи комфортний пошук, вивірену побудову автомобільних шляхів, а також надаючи відомості про різноманітні організації. Основними завданнями оптимізації є скорочення довжини маршрутів, зменшення часу доставки, мінімізація витрат налива та підвищення ефективності використання транспортних засобів.

При формуванні оптимізованих маршрутів враховувалися особливості міського сполучення, зокрема інтенсивність транспортних потоків, наявність заторів у центральній частині міста, використання окружної дороги та територіальне розташування складу підприємства у с. Котляри Харківського району.

Загальний вид інтерфейсу системи планування перевезень «Візіком-карти» наведено на рис. 3.2.



Рисунок 3.2 – Загальний вид інтерфейсу системи планування перевезень «Візіком-карти»

Для оцінки ефективності запропонованих заходів було виконано порівняння маршрутів перед та після оптимізації пробігу, як основного параметру удосконалення процесу перевезень. Зменшення пробігу дозволяє скоротити непродуктивні порожні та нульові пробіги й, відповідно, витрати палива; зменшити експлуатаційні витрати, що щільно пов'язані з пробігом й витратами на паливо (до 70 % від загальних експлуатаційних витрат), знизити час доставки через складення раціональних маршрутів з урахуванням пробігу та дорожньої ситуації; підвищити ефективність роботи транспортних засобів через збільшення коефіцієнту використання пробігу та коефіцієнту використання вантажності.

Результати порівняльного аналізу щодо зміни пробігу автомобілів наведено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Результати використання системи планування перевезень
«Візіком-карти»

№	Район доставки	Маршрут перед оптимізацією	Довжина, км	Маршрут після оптимізації	Довжина, км	Економія пробігу, %
1	Центр (вул. Сумська, 128)	Котляри-пр. Л. Ландау-вул. Нескорених- вул. Шевченка- вул. Матюшенка- вул. Сумська	17,1	Котляри-пр. Аерокосмічний- вул. Шевченка- вул. Матюшенка - вул. Сумська	13,6	20,4
2	Салтівка (вул. Гв. Широнинців, 3а)	Котляри - пр. Аерокосмічний - Кільцева дорога - Салтівське Шосе -вул. Гв. Широнинців	18,2	Котляри-пр. Аерокосмічний -пр. Л. Ландау- Салтівське Шосе- вул. Гв. Широнинців	14,6	19,8
3	Холодна гора (вул. Дудинської, 22)	Котляри - пр. Аерокосмічний - вул. Свистунівська- вул. І. Ковалю- вул. Дудинської	18,0	Котляри - пр. Аерокосмічний - Гімназійна наб. - пр. Любові Малої- вул. Дудинської	15,4	14,4
4	Олексіївка (Пр. Л. Свободи, 57)	Котляри - пр. Аерокосмічний - м. пр. Конституції - вул. Сумська - Пр. Незалежності - вул. Ахсарова - Пр. Л. Свободи	23,9	Котляри - пр. Аерокосмічний - Гімназійна наб. - вул. Клочківська - Пр. Л. Свободи	21,0	12,3
5	Індустріальний район (Лосівська, 2)	Котляри - пр. Аерокосмічний - пр. Л. Ландау- пр. Байрона-вул. Б. Хмельницького- пр. Героїв Харкова- вул. Лосівська	17,2	Котляри - пр. Аерокосмічний - Кільцева дорога- пр. Героїв Харкова – вул. Лосівська	14,9	16,7

Табл. 3.4 демонструє результати використання системи планування перевезень «Візіком-карти» для оптимізації маршрутів доставки ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» у межах м. Харкова. Проведене порівняння маршрутів до та

після оптимізації свідчить про суттєве скорочення довжини перевезень та підвищення ефективності логістичних процесів.

Найбільший ефект оптимізації спостерігається для маршруту до центральної частини міста (вул. Сумська, 100), де довжина маршруту скоротилася з 17,1 км до 13,6 км, а економія пробігу становила 20,4%. Це пояснюється використанням більш прямого маршруту через проспект Аерокосмічний та вулицю Шевченка замість перевантажених центральних магістралей.

Для маршруту до Салтівського району (вул. Гв. Широнінців, 3а) довжина перевезення зменшилась з 18,2 км до 14,6 км, що забезпечило економію пробігу на рівні 19,8%. Оптимізація була досягнута за рахунок використання Салтівського шосе та скорочення кількості ділянок із інтенсивним рухом.

Маршрут до Холодногірського району (вул. Дудинської, 22) після оптимізації скоротився з 18,0 км до 15,4 км. Економія пробігу становила 14,4%. У даному випадку ефект є дещо нижчим через складну конфігурацію дорожньої мережі та необхідність перетину центральної частини міста.

Для доставки до Олексіївки (пр. Л. Свободи, 57) отримано найменший відносний ефект — 12,3%, при скороченні маршруту з 23,9 км до 21,0 км. Це пояснюється значною віддаленістю району доставки та обмеженими можливостями альтернативної маршрутизації.

Маршрут до Індустріального району (вул. Лосівська, 2) скоротився з 17,2 км до 14,9 км, а економія пробігу становила 16,7%. Використання окружної дороги та проспекту Героїв Харкова дозволило мінімізувати затримки та уникнути перевантажених ділянок міста.

У середньому використання системи «Візіком-карти» забезпечило скорочення довжини маршрутів приблизно на 12–20%, що дозволяє зменшити витрати палива, скоротити час доставки та підвищити ефективність використання транспортних засобів. Отримані результати підтверджують

Рисунок 3.1 – Схематичне відображення маршрутів

3.6 Висновки за розділом

У третьому розділі було розроблено та обгрунтовано основні напрями підвищення ефективності обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» на основі впровадження сучасних цифрових технологій управління логістичними процесами. У результаті дослідження визначено, що ключовими стратегічними напрямками удосконалення діяльності підприємства є цифровізація процесів взаємодії з клієнтами, впровадження CRM- та TMS-систем, підвищення інформаційної прозорості сервісу та розвиток клієнтоорієнтованого підходу. Було встановлено, що використання сучасних інформаційних систем дозволяє підвищити ефективність управління перевезеннями, скоротити витрати часу та покращити якість транспортного обслуговування. Проведений аналіз CRM-систем показав, що найбільш доцільним рішенням для ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» є система Bitrix24, яка забезпечує достатній рівень автоматизації бізнес-процесів, підтримує інтеграцію з логістичними сервісами та характеризується високими можливостями масштабування. Використання даної системи дозволяє централізувати роботу з клієнтською базою, підвищити швидкість обробки замовлень та покращити контроль виконання перевезень.

Аналіз TMS-систем, представлених на українському ринку, дозволив встановити, що для підприємства малого та середнього бізнесу найбільш економічно доцільним є використання сервісу «Візіком-карти». Основними перевагами системи є низька вартість впровадження, простота використання, адаптація до української транспортної інфраструктури та можливість ефективного планування маршрутів у межах міського сполучення.

Результати моделювання впровадження CRM-системи Bitrix24 свідчать про суттєве покращення показників діяльності підприємства. Зокрема, прогнозується скорочення часу обробки замовлень на 27%, збільшення кількості замовлень на добу на 22%, підвищення коефіцієнта своєчасності доставки на 7%, а також зменшення рівня втрати клієнтів та кількості скарг.

Це підтверджує ефективність цифровізації процесів управління клієнтською базою.

Крім того, результати використання системи планування перевезень «Візіком-карти» показали можливість скорочення довжини маршрутів у середньому на 12–20% залежно від району доставки. Це дозволяє зменшити витрати палива, скоротити час доставки та підвищити ефективність використання транспортних засобів. Найбільший ефект оптимізації було отримано для маршрутів до центральної частини міста та Салтівського району.

Таким чином, запропоновані у розділі заходи підтверджують доцільність впровадження сучасних CRM- та TMS-систем у діяльність ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» та створюють передумови для підвищення конкурентоспроможності підприємства, покращення якості транспортного обслуговування клієнтів і зростання ефективності логістичних процесів.

РОЗДІЛ 4

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАПРОПОНОВАНИХ РІШЕНЬ У ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»

4.1 Визначення економічного ефекту від впровадження CRM- та TMS-систем у виробничу діяльність ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»

За сучасних умов транспортно-логістичної діяльності одним із ключових напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств є впровадження цифрових технологій управління бізнес-процесами.

Використання CRM- та TMS-систем дозволяє автоматизувати процеси взаємодії з клієнтами, оптимізувати транспортні операції, підвищити ефективність використання ресурсів та покращити якість обслуговування [20].

Для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» впровадження CRM-системи Bitrix24 та TMS-системи «Візіком-карти» є важливим етапом цифровізації підприємства, спрямованим на вдосконалення процесів управління клієнтською базою та планування перевезень у міському сполученні.

Економічна доцільність впровадження інформаційних систем визначається не лише покращенням якості обслуговування клієнтів, але й можливістю скорочення логістичних витрат, зменшення часу обробки замовлень, підвищення продуктивності праці персоналу та збільшення кількості виконаних замовлень [21].

У даному підрозділі здійснюється оцінка економічного ефекту від впровадження CRM- та TMS-систем у діяльність ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» на основі аналізу витрат на впровадження, прогнозованих результатів оптимізації бізнес-процесів та очікуваного зростання ефективності транспортного обслуговування клієнтів.

Економічний ефект від впровадження CRM-системи (системи управління базою клієнтів) складається з окремих ефектів від таких заходів:

1) зменшення загального часу обробки замовлень на 7 хвилин (з 30 хвилин до 23 хвилин); 2) зменшення загальних витрат клієнтів на 5%; 3) зростання повторних замовлень клієнтів на 12 %.

Загальний економічний ефект від наведених вище заходів наведено у табл. 4.1.

Таблиця 4.1 – Загальний економічний ефект від впровадження CRM-системи Bitrix24

Назва заходу	Річний ефект, грн.
Зниження загального часу обробки замовлення на 23,3 %	17472,0
Зменшення загальних витрат клієнтів на замовлення на 4%	49920,0
Збільшення повторних замовлень клієнтів на 12,1 %	124800
Разом	192192,0

Табл. 4.2 відображає загальний економічний ефект від впровадження CRM-системи на підприємстві ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС». Аналіз наведених результатів свідчить про те, що використання CRM-технологій забезпечує не лише покращення якості обслуговування клієнтів, але й формує суттєвий економічний ефект для підприємства.

Найбільшу частку загального ефекту забезпечує збільшення повторних замовлень клієнтів на 12,1%, що дозволяє отримати додатковий річний ефект у розмірі 124800 грн. Це свідчить про підвищення рівня лояльності клієнтів та покращення якості взаємодії з ними після впровадження CRM-системи. Автоматизація процесів комунікації, збереження історії замовлень та швидше реагування на запити позитивно впливають на повторне звернення клієнтів до підприємства.

Важливим результатом є також зниження загального часу обробки замовлення з 30 до 23 хвилин, що забезпечує річний економічний ефект у розмірі 17472 грн. Скорочення часу обробки стало можливим завдяки

автоматизації рутинних операцій, централізації інформації про клієнтів та оптимізації роботи персоналу.

Крім того, впровадження CRM-системи дозволило зменшити загальні витрати клієнтів на замовлення на 4%, що сформувало додатковий економічний ефект у розмірі 49920 грн на рік. Це пояснюється підвищенням оперативності виконання замовлень, покращенням координації процесів та зменшенням кількості помилок під час обслуговування.

Сумарний річний економічний ефект від впровадження CRM-системи становить 192192 грн, що підтверджує економічну доцільність цифровізації процесів управління клієнтською базою на підприємстві. Отримані результати свідчать про те, що впровадження CRM-системи є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС», покращення якості сервісу та збільшення прибутковості діяльності підприємства

Економічний ефект від провадження TMS-системи (системи управління перевезеннями) складається, в основному, з економії пробігу й відповідного зниження витрат на паливо та ремонт на 10 – 12 %, як основних напрямків удосконалення процесу перевезень невеликої транспортно-логістичної компанії.

Загальний економічний ефект від зменшення пробігу транспортних засобів наведено у табл. 4.2.

Таблиця 4.2 – Загальний економічний ефект від впровадження TMS-системи «Візіком»

Назва заходу	Річний ефект, грн.
Зниження річного пробігу транспортних засобів на 15,7 %	18409,25
Зниження витрат на ремонт (10 %)	1840,93
Разом	20250,18

Аналіз табл. 4.2 свідчить про те, що використання системи планування перевезень дозволяє суттєво підвищити ефективність транспортно-логістичних процесів та зменшити експлуатаційні витрати підприємства.

Основний економічний ефект досягається за рахунок зниження річного пробігу транспортних засобів на 15,7%, що забезпечує економію у розмірі 18409,25 грн на рік. Скорочення пробігу стало можливим завдяки оптимізації маршрутів перевезень, мінімізації непродуктивних поїздок та більш ефективному використанню дорожньої мережі м. Харкова. Використання системи «Візіком» дозволило уникати перевантажених ділянок міста та скоротити довжину маршрутів доставки.

Крім того, зменшення загального пробігу транспортних засобів позитивно вплинуло на технічний стан рухомого складу. Зниження навантаження на транспортні засоби сприяло скороченню витрат на ремонт та технічне обслуговування приблизно на 10%, що забезпечило додатковий річний економічний ефект у розмірі 1840,93 грн.

Сумарний економічний ефект від впровадження TMS-системи «Візіком» становить 20250,18 грн на рік. Отримані результати підтверджують економічну доцільність використання цифрових систем планування перевезень для підприємств малого та середнього бізнесу.

Загальні витрати на провадження систем управління клієнтською базою та плануванням перевезень наведено у табл. 4.3.

Таблиця 4.3 – Витрати на провадження систем управління клієнтською базою та плануванням перевезень

Назва статті витрат	Значення для системи управління	
	Bitrix24	Візіком
Річна ліцензія, грн	19200	14000
Налаштування системи, грн	12000	8000
Навчання персоналу, грн	10000	3000
Інтеграція з транспортно-логістичними процесами, грн	5000	3000
Разом витрати, грн	46200	28000

Дані табл. 4.3 свідчать, що впровадження CRM-системи Bitrix24 та TMS-системи «Візіком» потребує відносно помірних інвестицій, які є економічно обґрунтованими з урахуванням отриманого ефекту від цифровізації бізнес-процесів.

Найбільшу частку витрат для обох систем становить річна ліцензія. Для CRM-системи Bitrix24 її вартість складає 19200 грн на рік, тоді як для TMS-системи «Візіком» – 14000 грн. Це пояснюється більш широким функціоналом CRM-системи, яка забезпечує управління клієнтською базою, автоматизацію бізнес-процесів та інтеграцію з каналами комунікації.

Витрати на налаштування системи для Bitrix24 становлять 12000 грн, що перевищує аналогічний показник для «Візіком» (8000 грн). Це пов'язано з необхідністю адаптації CRM-системи під специфіку роботи підприємства, налаштуванням карток клієнтів, автоматизацією етапів обробки замовлень та інтеграцією з іншими сервісами.

Значною складовою витрат є також навчання персоналу. Для Bitrix24 витрати на навчання становлять 10000 грн, тоді як для «Візіком» — лише 3000 грн. Така різниця пояснюється більш складним функціоналом CRM-системи та необхідністю підготовки працівників до роботи з новими інструментами автоматизації.

Витрати на інтеграцію з транспортно-логістичними процесами є відносно невеликими та становлять 5000 грн для Bitrix24 і 3000 грн для «Візіком». Це свідчить про можливість відносно швидкого впровадження систем без необхідності значних додаткових інвестицій у IT-інфраструктуру підприємства.

Загальні витрати на впровадження CRM-системи Bitrix24 становлять 46200 грн, тоді як впровадження TMS-системи «Візіком» потребує 28000 грн. Незважаючи на те, що Bitrix24 є дорожчим рішенням, його функціональні можливості забезпечують значний вплив на якість обслуговування клієнтів та автоматизацію бізнес-процесів.

У цілому результати аналізу свідчать про те, що впровадження обох систем є фінансово доцільним для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС». Поєднання CRM- та TMS-систем дозволяє сформувати комплексну цифрову систему управління підприємством, яка забезпечує підвищення ефективності транспортного обслуговування клієнтів та оптимізацію логістичних витрат.

В умовах цифровізації транспортно-логістичної діяльності впровадження сучасних інформаційних систем управління є важливим фактором підвищення ефективності роботи підприємства. Однак прийняття рішення щодо використання CRM- та TMS-систем потребує не лише оцінки їх функціональних можливостей, але й визначення економічної доцільності впровадження.

Оцінка економічного ефекту дозволяє визначити, наскільки використання інформаційних технологій сприяє зниженню витрат підприємства, підвищенню продуктивності праці, покращенню якості обслуговування клієнтів та зростанню прибутковості діяльності. Для транспортно-логістичних підприємств особливого значення набуває аналіз економічного ефекту від автоматизації процесів управління клієнтською базою та планування перевезень, оскільки саме ці процеси безпосередньо впливають на рівень логістичних витрат і конкурентоспроможність підприємства [22].

Для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» визначення економічного ефекту від впровадження CRM-системи Bitrix24 та TMS-системи «Візіком» дозволяє оцінити результативність запропонованих заходів цифровізації, визначити термін окупності витрат та обґрунтувати доцільність інвестування у сучасні інформаційні технології.

Крім того, проведення економічної оцінки створює можливість порівняти витрати на впровадження систем із отриманими результатами у вигляді скорочення часу обробки замовлень, зниження транспортних витрат, підвищення рівня повторних замовлень та оптимізації логістичних процесів.

Це дозволяє сформуванню комплексного уявлення про ефективність впровадження CRM- та TMS-систем у діяльність підприємства.

Результати визначення економічного ефекту від впровадження систем управління клієнтською базою та перевезеннями наведено у табл. 4.4.

Таблиця 4.4 — Результати визначення економічного ефекту від впровадження CRM- та TMS-систем

Назва показника	Значення
Загальні річні витрати на впровадження CRM- та TMS-систем, грн	74200
Загальна річна економія від використання CRM- та TMS-систем, грн	212442,17
Рентабельність впровадження, %	190
Період окупності заходів, місяців	4,2

Дані табл. 4.4 свідчать про високу економічну ефективність цифровізації процесів управління клієнтським сервісом та транспортно-логістичними операціями підприємства.

Загальні річні витрати на впровадження CRM- та TMS-систем становлять 74200 грн. До складу цих витрат входять витрати на придбання ліцензій, налаштування програмного забезпечення, інтегрування систем із транспортними процесами підприємства та навчання робітників підприємства. Незважаючи на необхідність початкових інвестицій, їх величина є відносно помірною для транспортно-логістичного підприємства та відповідає сучасним умовам цифровізації бізнесу.

При цьому загальна річна економія від використання CRM- та TMS-систем складає 212442,17 грн, що майже у три рази перевищує витрати на їх впровадження. Отриманий економічний ефект формується за рахунок: скорочення часу обробки замовлень; підвищення продуктивності праці персоналу; збільшення кількості повторних замовлень; оптимізації маршрутів перевезень; скорочення витрат палива та витрат на ремонт.

Важливим показником ефективності є рентабельність впровадження, яка становить 190%. Це свідчить про високий рівень економічної віддачі від

використання інформаційних систем та підтверджує доцільність інвестування у цифрові технології управління.

Період окупності заходів становить 4,2 місяця, що є достатньо коротким терміном для IT-проектів у сфері транспортної логістики. Такий результат свідчить про швидке повернення вкладених коштів та мінімальний рівень інвестиційного ризику для підприємства.

У цілому наведені результати підтверджують, що комплексне впровадження CRM-системи Bitrix24 та TMS-системи «Візіком» є економічно ефективним рішенням для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС». Використання зазначених систем дозволяє одночасно підвищити якість обслуговування клієнтів, оптимізувати транспортні процеси та забезпечити зростання фінансових результатів діяльності підприємства.

4.2 Рекомендації щодо вибору ефективної стратегії обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС»

За теперішніх умов функціонування транспортно-логістичного ринку ефективність діяльності підприємства значною мірою залежить від правильно обраної стратегії обслуговування клієнтів [23]. Для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС», яке здійснює перевезення та постачання запасних частин у межах м. Харкова та Харківської області, особливо важливим є забезпечення високої якості сервісу при одночасному контролі рівня логістичних витрат.

Проведене у роботі дослідження показало, що найбільш доцільною для підприємства є комбінована стратегія обслуговування клієнтів, яка поєднує: клієнтоорієнтовану стратегію; витратну (логістично-оптимізаційну) стратегію.

Основою клієнтоорієнтованої стратегії є впровадження CRM-системи Bitrix24, а витратної стратегії – використання TMS-системи «Візіком-карти». Клієнтоорієнтована стратегія спрямована на підвищення якості взаємодії з клієнтами, покращення швидкості обробки замовлень та формування

довгострокових партнерських відносин. Реалізація даної стратегії через CRM-систему Bitrix24 дозволяє: централізувати клієнтську базу; автоматизувати обробку заявок; контролювати етапи виконання замовлень; вести історію взаємодії з клієнтами; скоротити час реагування на запити; підвищити прозорість обслуговування.

Результати проведеного аналізу показали, що впровадження Bitrix24 дозволяє скоротити час обробки замовлень на 27%, зменшити рівень втрати клієнтів удвічі та підвищити частку повторних клієнтів до 74%. Це свідчить про суттєве підвищення рівня клієнтського сервісу та лояльності споживачів.

Разом із цим для транспортно-логістичного підприємства недостатньо орієнтуватися виключно на якість сервісу без контролю витратної складової. Саме тому важливим елементом загальної стратегії є витратна стратегія, спрямована на мінімізацію транспортних витрат та підвищення ефективності логістичних процесів.

Реалізація витратної стратегії через використання системи «Візіком-карти» дозволяє: оптимізувати маршрути перевезень; скоротити довжину пробігу; зменшити витрати палива; скоротити час доставки; підвищити ефективність використання транспортних засобів; зменшити вплив транспортних заторів.

Результати моделювання маршрутів показали, що використання системи «Візіком-карти» забезпечує скорочення довжини маршрутів у середньому на 12–20%, що безпосередньо впливає на зниження логістичних витрат підприємства.

Поеднання клієнтоорієнтованої та витратної стратегій дозволяє сформувати збалансовану систему управління обслуговуванням клієнтів, у якій одночасно забезпечуються: високий рівень сервісу; оперативність доставки; зниження логістичних витрат; підвищення ефективності управління перевезеннями; покращення конкурентоспроможності підприємства.

Важливою перевагою такої комбінованої стратегії є синергетичний ефект від інтеграції CRM- та TMS-систем. CRM-система забезпечує ефективну

взаємодію з клієнтами та управління замовленнями, тоді як TMS-система оптимізує безпосередньо процес виконання перевезень. У результаті формується єдиний інформаційний простір підприємства, що дозволяє підвищити прозорість логістичних процесів та якість управлінських рішень.

Таким чином, для ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС» найбільш ефективною є стратегія, що базується на поєднанні клієнтоорієнтованого та витратного підходів. Використання CRM-системи Bitrix24 та TMS-системи «Візіком-карти» дозволяє одночасно підвищити якість обслуговування клієнтів і забезпечити зниження логістичних витрат, що створює умови для сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

4.3 Висновки за розділом

Проведено оцінку ефективності впровадження запропонованих рішень у транспортно-логістичну діяльність ТОВ «ОЛЛ ТРАК ПАРТС». Основна увага приділялася визначенню економічного ефекту від використання CRM-системи Bitrix24 та TMS-системи «Візіком-карти», а також обґрунтуванню доцільності вибору комбінованої стратегії обслуговування клієнтів. У результаті проведених розрахунків встановлено, що впровадження CRM-системи Bitrix24 забезпечує суттєве покращення показників клієнтського сервісу та формує значний економічний ефект. Основними результатами стали скорочення часу обробки замовлень, зменшення витрат клієнтів на оформлення замовлень та зростання кількості повторних звернень клієнтів. Загальний річний економічний ефект від впровадження CRM-системи становить 192192 грн.

Проведений аналіз ефективності використання TMS-системи «Візіком-карти» показав, що оптимізація маршрутів перевезень дозволяє скоротити річний пробіг транспортних засобів на 15,7%, зменшити витрати на паливо та ремонт, а також підвищити ефективність використання рухомого складу. Річний економічний ефект від впровадження TMS-системи становить

20250,18 грн. Крім того, у розділі було проаналізовано структуру витрат на впровадження CRM- та TMS-систем.

Встановлено, що загальні витрати на цифровізацію процесів управління клієнтською базою та перевезеннями становлять 74200 грн, що є економічно обґрунтованим обсягом інвестицій для підприємства малого та середнього бізнесу. Результати економічної оцінки свідчать про високу ефективність запропонованих заходів. Загальна річна економія від використання CRM- та TMS-систем складає 212442,17 грн, рентабельність впровадження становить 190%, а період окупності – 4,2 місяця. Це підтверджує доцільність інвестування у цифрові технології управління транспортно-логістичними процесами. Також у розділі було обґрунтовано, що найбільш ефективною для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» є комбінована стратегія обслуговування клієнтів, яка поєднує клієнтоорієнтований та витратний підходи.

Таким чином, результати проведеного дослідження підтверджують, що впровадження сучасних CRM- та TMS-систем є ефективним напрямом підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС», забезпечує покращення якості транспортного обслуговування клієнтів та створює передумови для подальшого розвитку підприємства.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційну роботу присвячено вирішенню актуального науково-практичного завдання щодо розробки ефективних стратегій обслуговування клієнтів ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» у міському сполученні. Проведене дослідження дозволило здійснити комплексний аналіз теоретичних, організаційних та практичних аспектів функціонування системи транспортного обслуговування клієнтів підприємства та обґрунтувати напрями її вдосконалення.

У процесі дослідження встановлено, що сучасне клієнтське обслуговування у сфері автомобільного транспорту та логістики є складною багатокomпонентною системою, ефективність якої визначається рівнем організації перевезень, якістю інформаційного супроводу, швидкістю реагування на потреби клієнтів та ступенем цифровізації бізнес-процесів. Визначено, що для підприємств, які здійснюють діяльність у сфері міських вантажних перевезень, особливого значення набувають оперативність, гнучкість управління та здатність адаптуватися до динамічних умов міського середовища.

Проведений аналіз діяльності ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» показав, що підприємство має достатній потенціал для розвитку транспортно-логістичної діяльності та забезпечує стабільний рівень обслуговування клієнтів. Водночас виявлено низку проблемних аспектів, серед яких: недостатній рівень автоматизації процесів, залежність від людського фактору, обмежена інформаційна прозорість, недостатня ефективність внутрішніх комунікацій та резерви оптимізації логістичних процесів. Оцінка організаційної структури підприємства показала середній рівень її ефективності (3,4 бала), що свідчить про необхідність удосконалення системи управління та впровадження сучасних інформаційних технологій.

У роботі обґрунтовано стратегічні напрями підвищення ефективності обслуговування клієнтів, основними з яких визначено цифровізацію процесів взаємодії з клієнтами, впровадження CRM- та TMS-систем, підвищення інформаційної прозорості сервісу та розвиток клієнтоорієнтованого підходу. Встановлено, що найбільш доцільним CRM-рішенням для підприємства є система Bitrix24, яка забезпечує високий рівень автоматизації бізнес-процесів, можливість інтеграції з транспортно-логістичними сервісами та підтримку роботи з клієнтською базою. Крім того, у роботі обґрунтовано доцільність впровадження TMS-системи «Візіком-карти» для оптимізації маршрутів перевезень та підвищення ефективності використання рухомого складу. Результати моделювання маршрутів у міському сполученні показали можливість скорочення довжини маршрутів на 12–20%, що забезпечує зменшення транспортних витрат та підвищення ефективності логістичних процесів підприємства.

У результаті проведеної економічної оцінки встановлено, що комплексне впровадження CRM-системи Bitrix24 та TMS-системи «Візіком-карти» є економічно доцільним для ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС». Загальна річна економія від використання систем становить 212442,17 грн при загальних витратах на впровадження 74200 грн. Рентабельність впровадження складає 190%, а період окупності — 4,2 місяця, що свідчить про високу ефективність запропонованих заходів.

У роботі доведено, що найбільш ефективною для підприємства є комбінована стратегія обслуговування клієнтів, яка поєднує клієнтоорієнтований підхід, реалізований через CRM-систему Bitrix24, та витратну логістичну стратегію, реалізовану через TMS-систему «Візіком-карти».

Поєднання зазначених підходів дозволяє одночасно підвищити якість сервісу, скоротити транспортні витрати, покращити організацію перевезень та забезпечити підвищення конкурентоспроможності підприємства. Таким

чином, поставлену у роботі мету досягнуто, а визначені завдання виконано у повному обсязі.

Отримані результати можуть бути використані ТОВ «ОЛІ ТРАК ПАРТС» для практичного вдосконалення системи транспортного обслуговування клієнтів, підвищення ефективності логістичних процесів та забезпечення подальшого розвитку підприємства в умовах сучасного ринку транспортно-логістичних послуг.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Овчаренко А. Процес логістичного обслуговування споживачів // Економіка транспортного комплексу. – 2019. – №33. – Режим доступу: <https://etk.khadi.kharkov.ua/article/view/186798>
2. Янковська В. А., Кононов І. О., Янковський С. А. Логістичний сервіс як комплекс об'єднаних послуг // Економіка та суспільство. – 2024. – №63. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/4137/4067/>
3. Трушкіна Н. В., Бугаєва М. В. Трансформація клієнтського сервісу як складова логістичного менеджменту підприємств в умовах цифрової економіки // Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. – 2021. – Вип. 7(40). – Режим доступу: [https://economics.kntu.kr.ua/pdf/7\(40\)/10.pdf](https://economics.kntu.kr.ua/pdf/7(40)/10.pdf)
4. Матвієнко М. Управління якістю послуг транспортно-логістичних компаній [// Development of Administration and Economic Management Methods. – 2017. – Режим доступу: <https://www.daemmt.odessa.ua/index.php/daemmt/article/download/DOI/126>
5. Семенда О. В. Процес клієнтського обслуговування в логістиці та його етапи // Економічний вісник. – 2023. – Режим доступу: <https://eh.udpu.edu.ua/article/download/270796/270414>
6. Криворучко О. М. Поняття «логістичний сервіс» і «логістичне обслуговування» у транспортних системах // Економіка транспортного комплексу. – 2019. – № 33. – Режим доступу: <https://dspace.khadi.kharkov.ua/bitstreams/b0fb9f7e-0ea0-41c8-b57c-edaef10f72dc/download>
7. Ільченко Т. В. Управління якістю транспортно-логістичних послуг підприємства // Економіка та суспільство. – 2025. – № 72. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5676>

8. Кобилуох О. Я., Гірна О. Б. Сучасні підходи до транспортного обслуговування клієнтів на основі використання CRM-системи // Академічні візії. – 2022. – Вип. 10–11. – С. 3–12. – Режим доступу: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/62/5>

9. Криворучко О. М., Кривенко Л. Ф. Концептуальні аспекти формування системи транспортно-логістичного обслуговування [Електронний ресурс] // Економіка транспортного комплексу. – 2025. – Вип. 45. – С. 344–356. – Режим доступу: <https://etk.khadi.kharkov.ua/article/download/328744/318557/762993>

10. Криворучко О. М., Федотова І. В., Бочарова Н. А. Система об'єктів при управлінні якістю логістичних послуг та процесів в АТП // Економіка транспортного комплексу. – 2023. – № 41. – С. 137–148. – Режим доступу: <https://doi.org/10.30977/ETK.2225-2304.2023.41.137>

11. Черніхова О. С. Логістичний підхід до формування ринку транспортних послуг // Причорноморські економічні студії. – 2019. – Вип. 38(2). – С. 14–18. – Режим доступу: https://bses.in.ua/journals/2019/38_2_2019/5.pdf

12. CRM-система: підходи до оптимізації логістичних процесів. 2024. URL: <https://freshtech.global/ua/blog/scm-system-how-to-optimize-logistics-processes>

13. Головіна О. Сучасні технології в управлінні транспортною логістикою // International Science Journal of Management Economics & Finance. 2025. №2 (3). – С. 35–42. – Режим доступу: <https://isg-journal.com/isjmef/article/view/403/216>

14. TMS-система управління транспортом. – Режим доступу: <https://www.mkmssoft.ua/product/spetsializovani-produkti-dlya-avtomatizatsii/tms-logistika-tms-sistema-upravlinnya-transportom/>

15. Візіком-карти. – Режим доступу: <https://maps.visicom.ua/c/22.20555,48.43198,12?lang=uk>

16. Безкорвайний В., Куропатенко О., Гобов Д. Optimization of transportation routes in a closed logistics system // Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості. 2019. № 4 (10). С. 24–32. – Режим доступу: <https://itssi-journal.com/index.php/itssi/article/view/156/144>
17. Коломицева О.В., Яковенко Д.О. Формування клієнтоорієнтованої маркетингової стратегії підприємства на ринку послуг (на матеріалах ТОВ «Логістик-транс сервіс», м. Черкаси). – Режим доступу: <https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/6718>
18. Аверкина М., Загоруйко О. Застосування хмарних технологій у логістичних системах. Modeling the development of the economic systems. 2023. №1. – Режим доступу: <https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/132>
19. Tkachenko, Y. (2015). Autonomous CRM Control via CLV Approximation with Deep Reinforcement Learning in Discrete and Continuous Action Space. – Режим доступу: https://arxiv.org/abs/1504.01840?utm_source
20. Erturk, E., & He, S. (2018). Study on a High-integrated Cloud-Based Customer Relationship Management System. – Режим доступу: <https://arxiv.org/abs/1812.09005>
21. Almunawar, M. N., & Anshari, M. (2012). Improving Customer Service in Trade with CRM 2.0. – Режим доступу: <https://arxiv.org/abs/1204.3685>
22. Богуславська С. І., Поденко Д. О. Передумови підвищення економічної ефективності автотранспортних підприємств // Економіка та суспільство. 2023. Вип. 56. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/2961/2879>
23. Шинкаренко В. Г., Жарова О.М. Економічна оцінка нововведень на автомобільному транспорті. – Харків: ХНАДУ, 2004. – 156 с.