УДК 65.012.34:517.977.5

Формування логістичного сервісу на підприємстві

Мельникова Катерина Валеріївна,
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: melnikovakv@yahoo.com;

Чугаєва Анастасія Володимирівна,
студентка, факультет менеджменту і маркетингу, ХНЕУ ім. С. Кузнеця
(м. Харків, Україна), e-mail: chugaevaaa15@gmail.com

В умовах сучасного ринку все більше підприємств почали усвідомлювати необхідність орієнтування на потреби кінцевого споживача. Одним із найважливіших завдань логістики є організація логістичного сервісу, як конкурентоорієнтованої стратегії розвитку. На сьогодні формування логістичного сервісу та обслуговування споживачів є головною стратегічною метою існування логістичних систем.

Логістичний підхід спрямований на забезпечення максимального задоволення попиту споживачів за умови оптимізації сукупних витрат та удосконалення логістичної діяльності в цілому. Саме тому від логістичного сервісу вимагається не лише точність і своєчасність, але й правильна його організація, управління та координація, тому ця тема є актуальною для багатьох підприємств.

Щоб досягти успіху у підприємницькій діяльності, логістичні компанії повинні застосовувати сучасні високоефективні методи управління потоковими процесами. У сучасному світі логістика стійке зайняла свою нішу в управлінні сучасними підприємствами.

Логістичний сервіс відіграє значну роль на підприємстві, бо саме через нього координуються всі структури підприємства, наприклад: напрямок, впорядкування і розподіл товарів від виробника до остаточного споживача, а також розраховується рентабельність, результативність і продуктивність праці.

Використання логістичних концепцій і систем дозволяє фірмам скоротити всі види запасів продукції у виробництві, постачанні й збуті, прискорити оборотність капіталу, знизити собівартість виробництва, забезпечити повне задоволення споживачів в якості товарів і сервісу.

У наукових працях українських і зарубіжних економістів немає однозначного трактування поняття логістичного сервісу. Логістичний сервіс – це комплекс нематеріальних послуг, що супроводжують постачання товарів для максимального задоволення споживачів найбільш оптимальним із точки зору витрат способом.

Логістичний сервіс нерозривно пов'язаний із розподілом і являє собою комплекс послуг, що надаються в процесі поставки товарів.

Логістичний сервіс – це сукупність логістичних операцій, що здійснюються під час виконання замовлень для внутрішніх бізнес-процесів компанії і для підтримки лояльності зовнішніх клієнтів, або формування у споживачів певного способу організації як компанії, з якою приємно мати справу.

Узагальнюючи, можна сказати, що логістичний сервіс – це сукупність логістичних операцій із матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками, які забезпечують максимальне задоволення попиту споживачів у процесі управління логістичними потоками, відповідають критерію оптимальності логістичних витрат і забезпечують підприємству конкурентні переваги.

Логістичний сервіс реалізується через процеси логістичного обслуговування конкретних споживачів. Зокрема, логістичне обслуговування пропонується визначити як організовану діяльність персоналу в певному матеріальному середовищі, пов'язану з пропозицією і наданням логістичних послуг, що задовольняють конкретні потреби та вимоги споживачів. Варто зазначити, що процеси логістичного обслуговування споживачів еквівалентні процесам надання послуг. Вони містять аналіз замовлень споживачів, розроблення проєктів

надання логістичних послуг, пошук компромісних рішень за умов багатоваріантності способів надання послуг, установлення та забезпечення необхідної якості, узгодження, оформлення і доведення послуг до споживачів.

Логістичний сервіс характеризується трьома найважливішими показниками: корисністю, оперативністю, якістю. Логістичні витрати і логістичний сервіс, як правило, перебувають у прямо пропорційній залежності. Якісний сервіс завжди є досить дорогим і зростання витрат, зазвичай, тільки поліпшує його. Для оцінки якості логістичного сервісу застосовуються такі критерії: надійність поставки, повний час від отримання замовлення до поставки партії товарів, гнучкість поставки, наявність запасів на складі постачальника, можливість надання кредитів, а також ряд інших послуг. Надання якісних логістичних послуг зумовлює високу потенційну здатність логістичної системи максимально задовольняти потреби клієнта щодо часу, надійності, готовності, якості й еластичності поставки в цілому. Це, своєю чергою, сприяє підвищенню попиту, збільшенню доходів і рентабельності підприємства.

Логістичний сервіс ґрунтується на шести головних принципах:

- *обов'язковість пропозиції* – підприємство, яке реалізує вироби, які потребують обслуговування, але не пропонує споживачу жодних видів сервісу, приречене на поразку в конкурентній боротьбі;
- *необов'язковість використання* – підприємство зобов'язане пропонувати, але не може нав'язувати клієнтам сервіс, оскільки вибір покупця повинен бути абсолютно вільним;
- *еластичність* – пакет наданих послуг повинен бути досить широким – від мінімально необхідних до максимально доцільних;
- *інформаційна віддача* – у процесі надання послуг потрібно організувати збір інформації про всі сторони експлуатації това-

рів, про оцінки клієнтів, про поведінку і форму сервісу конкурентів;

- *зручність* – сервіс повинен надаватися в тому місці і в такій формі, що влаштовували б покупця;
- *раціональна ціна* – сервіс повинен бути не стільки джерелом додаткового прибутку, скільки стимулом для придбання товарів і засобом зміцнення довіри покупців до підприємства.

Послідовність дій, що дають змогу сформувати оптимальну систему логістичного сервісу, така:

- сегментація ринку споживачів залежно від особливостей і потреб окремих споживачів логістичних послуг;
- оцінка логістичного та ресурсного потенціалу підприємства;
- визначення логістичної стратегії обслуговування споживачів;
- визначення переліку найбільш важливих для споживачів послуг; організація кадрового забезпечення;
- визначення стандартів послуг для окремих сегментів ринку;
- визначення рівня сервісу, необхідного для забезпечення конкурентоспроможності системи;
- проведення вартісного аналізу елементів послуг;
- організація матеріально-технічного й інформаційного забезпечення; вибір тактики ефективного обслуговування з урахуванням загальних витрат на обслуговування;
- корегування елементів логістичного сервісу залежно від попиту споживачів;
- установлення зворотного зв`язку зі споживачами послуг.

Досвід провідних компаній показує, щоб максимально задовольняти потреби споживача, потрібно розробити гнучку систему організації логістичного сервісу. В процесі реалізації замовлень організація логістичного сервісу є вирішальним інструментом та стратегічним засобом поліпшення конкурентних позицій підприємств на товар-

ному ринку. Більшість підприємств усвідомлює, що завдяки оптимізації та покращенню логістичного сервісу можливо збільшити прибутки, залучити нових клієнтів, підвищити імідж підприємства та зрештою збільшити свої конкурентні переваги.

Література

1. Криворучко О. М. Поняття «логістичний сервіс» і «логістичне обслуговування». *Економіка транспортного комплексу*. 2019. Вип. 33. С. 31–44.

2. Мельникова К. В. Теоретичні принципи логістичного обслуговування споживачів. *Економіка та суспільство.* 2017. № 8. С. 309–312.

3. Резнік Н. П. Півень А. В., Волошина О. П. Особливості логістичного сервісу. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2021. № 3. С. 304–309.