

УДК 658.7

Теоретичні принципи логістичного обслуговування споживачів

Мельникова К.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, управління підприємствами та логістики
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Статтю присвячено актуальним питанням визначення поняття «логістичне обслуговування». Проаналізовано та систематизовано принципи, на яких базується формування системи логістичного обслуговування споживачів. Визначено послідовність дій, що дають змогу сформуванню системи логістичного обслуговування, та показники, які мають вплив на вибір споживачами компанії з надання логістичних послуг.

Ключові слова: послуга, сервіс, логістика, логістичне обслуговування.

Мельникова Е.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья посвящена актуальным вопросам определения понятия «логистическое обслуживание». Проанализированы и систематизированы принципы, на которых базируется формирование системы логистического обслуживания потребителей. Определена последовательность действий, которые позволяют сформировать систему логистического обслуживания, и показатели, которые влияют на выбор потребителями компании по оказанию логистических услуг.

Ключевые слова: услуга, сервис, логистика, логистическое обслуживание.

Melnykova K.V. THEORETICAL PRINCIPLES OF LOGISTICS CUSTOMER SERVICE

The article is devoted to topical issues of the definition of logistics services. Analyzed and systematized the principles underlying the formation of the system of logistics customer service. The sequence of actions that allow to form the system of logistic service and indicators that influence the choice of consumers for the provision of logistics services.

Keywords: service, logistics, logistics services.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Якісні послуги, які надаються споживачам, мають першорядне значення для підприємств, які працюють в умовах жорсткої конкуренції та бажають підвищення іміджу компанії.

Попит на логістичні послуги останнім часом збільшився, це пов'язано з переорієнтацією на європейські стандарти вантажопереробки, транспортування та складування та появою в Україні сучасних логістичних центрів, які можуть надавати якісні послуги.

Донедавна в логістиці основна увага приділялася наданню послуг у процесі руху матеріальних потоків від виробника до споживача, однак ефективна організація логістичного сервісу має охоплювати весь логістичний ланцюг. Від того, наскільки добре кожний суб'єкт логістичного ланцюга обслуговує своїх партнерів по бізнесу, значною мірою залежить ефективність руху логістичних потоків і в кінцевому підсумку загальний рівень обслуговування споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішенню теоретичних та практичних проблем

логістики обслуговування присвячено багато робіт вітчизняних та зарубіжних учених. У наукових працях таких українських та зарубіжних економістів, як Дж. Сток і Д. Ламберт, Л.Б. Міротін, І.Е. Таштаєв, А.Г. Касенов, А.М. Гаджинський, В.І. Сергєєв, Н.І. Чухрай, М.Ю. Григорак, М.А. Окландер, С.Я. Войтович [1–11] та ін., висвітлено теоретичні основи логістичного сервісу, а також засади логістичного управління сервісними потоками та питання пошуку пріоритетних напрямів підвищення ефективності управління обслуговуванням.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичне обґрунтування принципів логістичного обслуговування, які необхідно враховувати в процесі надання комплексу послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Логістичне обслуговування споживачів у сучасних умовах функціонування логістичних систем має певні проблеми та недоліки. Пов'язано це передусім із відсутністю належної логістичної інфраструктури і техніки, браком кваліфікованих кадрів, відсутністю належ-

ного фінансування та, нарешті, недосконалим використанням принципів логістики в управлінні логістичним обслуговуванням.

У наукових працях українських та зарубіжних економістів не має однозначного трактування поняття логістичного обслуговування (логістичного сервісу). Розглянемо найпоширеніші з них.

Логістичне обслуговування – це важливий складник обслуговування споживача, який дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб клієнтів за якнайнижчих сукупних витрат та гарантованого отримання клієнтом відповідного товару відповідної кількості та асортименту в певному місці, певний час і певною ціною [11].

Логістичне обслуговування – це процес, що відбувається між споживачем, продавцем та третьою стороною; результат роботи логістичної системи і компоненти «місце» в маркетинг-міксі компанії [6].

Логістичний сервіс – це комплекс нематеріальних послуг, що супроводжують постачання товарів для максимального задоволення споживачів найбільш оптимальним із точки зору витрат способом [4].

Логістичний сервіс нерозривно пов'язаний із розподілом і представляє собою комплекс послуг, що надаються в процесі поставки товарів [3].

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 [10].

Обслуговування споживачів – це процес створення суттєвих вигод, які містять додану вартість за умови підтримки ефективного рівня витрат у ланцюзі постачань [8].

Логістичне обслуговування – це сукупність послуг, що надаються в процесі безпосередньої поставки товарів споживачам на завершальному етапі ланцюга [1].

Узагальнюючи, можна сказати, що логістичне обслуговування – 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 та забезпечують підприємству конкурентні переваги.

Основним споживачем логістичного сервісу є споживач матеріального або інформаційного

поток. Логістичні послуги переважно надаються постачальником, експедиторською фірмою або іншим логістичним посередником.

Головним питанням, яке вирішує логістика у процесі надання послуг споживачам, є визначення оптимального співвідношення між витратами на обслуговування і досягненням ефекту від нього.

З одного боку, підвищення рівня сервісу збільшує обсяг збуту товарів та підвищує конкурентоспроможність логістичної системи, з іншого – провокує зростання витрат, що може призвести до зниження ефективності роботи всієї логістичної системи.

Об'єктами логістичного обслуговування виступають конкретні споживачі логістичних потоків. На будь-якому етапі руху логістичних потоків обслуговування має розглядатися з точки зору кінцевого споживача потоку.

Формування систем логістичного обслуговування засноване на використанні певних методологічних принципів і методичних підходів.

Логістичне обслуговування функціонує на основі таких принципів, як еластичність, зручність, інформаційна віддача, раціональність тощо.

Основними принципами системного аналізу стосовно синтезу системи логістичного обслуговування є: оптимальність рішень, емерджентна властивість системи обслуговування, системність, ієрархічність організаційної структури, інтеграція всіх ланок, формалізація кількісних і якісних результатів.

До основних методологічних принципів формування систем логістичного обслуговування споживачів можна віднести принципи:

- узгодженості інформаційних, ресурсних, технічних, кадрових, фінансових і інших характеристик системи обслуговування;
- стійкості системи;
- загального системного підходу;
- оптимізації, інтеграції і координації логістичних процесів;
- контролю над рівнем обслуговування споживачів;
- адаптивності системи.

Логістичні послуги мають особливі характеристики [1–11]: неможливість відчутти послугу «на дотик»; невіддільність від джерела; мінливість якості; адресність послуг; унікальність для одержувача; неможливість накопичення послуг; еластичність попиту; оперативність.

Послуги на відміну від матеріального виробництва носять специфічні ознаки: нематеріальність і невідчутність; послуги невід'ємні від

виконавців, що надають їх; непостійність якості послуг; властивість незбереженості послуг; надаються для потенційного споживача; права володіння на деякі послуги не передаються; залежать як від виконавця, так і від споживача; задоволення потреби в послугах супроводжується ризиками процесу споживання; неоднозначність результатів трудових витрат; корисність послуги не піддається безпосередньому грошовому вимірюванню [1].

Усі різновиди послуг можна розподілити на три групи залежно від етапу, на якому вони надаються споживачу [11]:

- передпродажні, тобто роботи з формування системи логістичного обслуговування;
- роботи з надання логістичних послуг, які виконуються в процесі продажу товарів;
- післяпродажне обслуговування.

Послуги розподіляють традиційно на матеріальні та нематеріальні. Матеріальними логістичними послугами є транспортування, складування, операції з вантажопереробки матеріальних потоків. До нематеріальних логістичних послуг належать інформаційні, фінансові, консультаційні тощо.

Дослідження ринку логістичних послуг доцільно проводити за такими напрямками:

- адміністративно-територіальна характеристика регіону як макрологістичної системи;
- визначення суб'єктів логістичного ринку в системі забезпечення споживачів логістичними послугами;
- вивчення попиту на логістичні послуги;
- оцінка логістичної інфраструктури регіону;
- характеристика пропозиції на логістичні послуги [7].

Якість та номенклатура логістичних послуг впливають на конкурентоспроможність логістичної системи і величину витрат.

У процесі організації логістичного обслуговування необхідно враховувати, який саме рівень сервісу дають логістичній системі максимізація прибутку та мінімізація логістичних витрат.

Під час формування систем обслуговування потрібно враховувати такі

тенденції:

- зростання швидкості, збільшення інтенсивності та складності потоків, ускладнення схем фінансових розрахунків між партнерами в ланцюзі поставок;
- скорочення ланок ланцюга, зменшення кількості організаційно-економічних зв'язків у логістичних системах підприємств за одночасного їх ускладнення;

– зниження рівня надійності ланцюга за рахунок скорочення всіх видів запасів, упродовження концепції «точно у строк» [9].

Послідовність дій, що дають змогу сформувати систему логістичного обслуговування, така:

- сегментація ринку споживачів залежно від зору 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 та інформаційного забезпечення;
- вибір тактики ефективного обслуговування з урахуванням загальних витрат на обслуговування;
- корегування елементів логістичного сервісу залежно від попиту споживачів;
- установа зв'язку зворотного зв'язку зі споживачами послуг.

Основним завданням служб логістики є оптимізація рівня послуг із позиції загальних витрат та оптимізація з позиції користі для потенційних споживачів. Необхідним є визначення переліку послуг, які обов'язково надаються різним групам клієнтів, і витрат на різні види послуг. Також необхідним є ранжування послуг за вартістю та попитом на них. Оптимальний рівень сервісу прямо залежить від рівня конкуренції на ринку даних товарів та від його особливих характеристик.

Більшість підприємств намагається самостійно надавати логістичні послуги споживачам товарів, оскільки ця діяльність дає їм конкурентні переваги. Крім цього, на українському ринку з'явилася достатньо велика кількість компаній, які окремо надають логістичні послуги. Основні логістичні послуги є багатовитратними, тому перед споживачами постає питання вибору компанії яка надасть найбільш якісні логістичні послуги за оптимальною ціною.

До показників, які мають вплив на вибір споживачами компанії з надання логістич-

них, послуг можна віднести такі, як: ціна на послугу, надійність, якість обслуговування, рівень обслуговування, культура обслуговування, термін обслуговування, умови обслуговування, можливість консультування, рівень інформування клієнтів, спектр послуг, зручне місце розташування, знижки, бонуси й програми лояльності тощо.

Додаткове регулювання потоку споживачів послуг зумовлене орієнтиром на логістичні принципи функціонування підприємства, які відповідають потребам клієнтів за складом, якістю, терміном та містом виконання. Невідповідність кожного критерію може бути негативно сприйнята споживачем, зумовить відмову від послуги та відобразиться на іміджу підприємства.

Відмова клієнта від логістичної послуги зумовлює негативний вплив на ефективність роботи логістичної системи. Кількісну оцінку нереалізованих послуг (нереалізованого сервісного потенціалу) можна розрахувати за формулою:

$$NS = \frac{K \sum_{i=1}^n V}{100\%}, \quad (1)$$

де NS – нереалізований сервісний потенціал логістичної системи;

K – кількість фактично реалізованих послуг споживачам;

V – відсоток клієнтів, які відмовилися від послуг у зв'язку з низьким рівнем якості та невідповідності міжнародним стандартам;

i = 1, n – кількість параметрів логістичних послуг, які надає компанія.

Аналіз наслідків нереалізованого сервісного потенціалу слід розглядати у цілому, а також окремо за групами послуг у зв'язку з їх неоднорідністю.

Висновки з цього дослідження. Розвиток сфери логістичних послуг в Україні зростає, проте послуги здебільшого не відповідають міжнародним стандартам обслуговування споживачів. Більшість підприємств усвідомлює, що завдяки оптимізації та покращення логістичного обслуговування споживачів можливо збільшити прибутки, залучити нових клієнтів, підвищити імідж підприємства та в кінцевому підсумку збільшити свої конкурентні переваги. Досягти високого рівня логістичного обслуговування можна завдяки використанню у своїй діяльності принципів, на яких базується функціонування систем логістичного обслуговування споживачів у розвинутих країнах.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бутрин А.Г. Совершенствование управления процессом реализации продукции промышленного предприятия на базе логистической концепции / И.А. Баев, А.Г. Бутрин, Л.Ш. Морозова // Вестник УГТУ-УПИ. – 2006. – № 1(72). – С. 130–136.
2. Войтович С.Я. Особливості застосування логістичного управління на підприємствах сфери послуг / С.Я. Войтович, О.О. Войтович // Логістика: теорія та практика. – 2011. – № 1. – С. 37–42.
3. Гаджинский А.М. Логистика: [учебник для высших и средних специальных учебных заведений] / А.М. Гаджинский; 2-е изд. – М.: Маркетинг, 1999. – 228 с.
4. Гайдабрус Н.В. Аналіз сервісу як складової логістичного забезпечення інноваційної діяльності підприємства / О.А. Біловодська, Н.В. Гайдабрус // Проблеми науки. – 2013. – № 2(146). – С. 37–44.
5. Григорак М.Ю., Карпунь О.В. Логістичне обслуговування: [навч. посіб.] / М.Ю. Григорак, О.В. Карпунь – К.: НАУ, 2007. – 160 с.
6. Сток Дж.Р. Стратегическое управление логистикой / Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт. – М.: Инфра-М, 2005. – 830 с.
7. Мельникова К.В. Особливості відбору логістичних послуг споживачами / К.В. Мельникова // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика». – Харків, 2015. – С. 177–179.
8. Миротин Л.Б. Логистика: обслуживание потребителей: [учебник] / Л.Б. Миротин, Ы.Э. Ташбаев, А.Г. Касенов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 190 с.
9. Рославцев Д.М. Конспект лекцій з курсу «Логістичне обслуговування» / Д.М. Рославцев. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 117 с.
10. Сергеев В.И. Управление качеством логистического сервиса / В.И. Сергеев // Логистика сегодня. – 2010. – № 1. – С. 10–16.
11. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: [підручник] / Н.І. Чухрай. – Львів: Львівська політехніка, 2006. – 292 с.