



AAA Ukraine LTD

Логістичний сервіс

1. Поняття та значення логістичного сервісу.
2. Класифікація видів сервісу.
3. Формування та оптимізація логістичного сервісу.
4. Методика визначення рівня логістичного сервісу.

Поняття та значення логістичного сервісу

В умовах ринку покупця, коли конкуренція між продавцями стає значно жорсткішою, все більшого значення набуває здатність окремого продавця забезпечити високий рівень сервісного обслуговування товарів. Сервісне обслуговування в окремих випадках стає рівнозначним і невід'ємним елементом конкурентоспроможності поряд із такими його складниками як ціна та якість.

Поняття логістичного сервісу визначається як сукупність нематеріальних логістичних операцій, які забезпечують максимальне забезпечення попиту споживачів в процесі управління логістичними потоками, при оптимальному рівні затрат.

Основною проблемою, яку вирішує логістика в процесі надання послуг є визначення оптимального співвідношення між затраченими на сервіс ресурсами і отриманим від цього ефектом. Надання максимально можливого обсягу сервісу, який забезпечив би більшу конкурентоспроможність товарів, може сприяти зниженню загальної конкурентоспроможності фірми і бути економічно не вигідним. Саме тому повне сервісне забезпечення товарів зустрічається на практиці вкрай рідко. Основним споживачем логістичного сервісу є споживач матеріального потоку або готової продукції. Сервісні послуги в основному надаються постачальником, експедиторською фірмою або іншим логістичним посередником.

Логістичний сервіс функціонує на основі шести основних принципів:

- обов'язковість пропозиції - будь-який товар в процесі продажу обов'язково супроводжується певним рівнем сервісу;
- е необов'язковість використання - рішення про доцільність і ступінь використання сервісу повинен приймати сам покупець;
- еластичність - набір послуг, що надаються, повинен бути максимально широким і здатним до різноманітних комбінацій;
- зручність - логістичні послуги повинні бути максимально під-лаштовані під потреби і специфіку покупців;
- раціональна цінова політика - сервіс не повинен бути джерелом прибутку, а лише засобом для його максимізації;
- інформаційна віддача - в процесі надання логістичних послуг повинна існувати система зворотного зв'язку з покупцями, в якій повинні враховуватися відгуки, претензії та пропозиції покупців"



AAA Ukraine LTD

Класифікація видів сервісу

Наявність великої кількості сфер логістики визначає значну різноманітність видів логістичного сервісу. Класифікація цих видів дозволяє впорядкувати і спростити розуміння та управління окремими логістичними операціями. Відповідно до найбільш поширеної класифікації види логістичного сервісу виділяють за наступними ознаками:

1. По часовому параметру:

- сервіс, що передує продажу - консультація споживачів, розфасовка, упаковка, консервація, маркування, зберігання, доставка на реалізацію, усунення різноманітних дефектів, що виникають до процесу продажу;
- сервіс в процесі продажу - обумовлюється в залежності від договірних зобов'язань між продавцем і покупцем;
- сервіс після продажу - доставка, встановлення, підключення, налагодження, гарантійне обслуговування.

2. В залежності від форми оплати:

о безкоштовний сервіс - це ті види послуг, надання яких є невідривно пов'язане із самим товаром, і вартість яких включається у собівартість товару;

о платний сервіс - це послуги, які надаються при придбанні чи доставці товарів за додаткову плату, про що виставляється додатковий рахунок.

3. По спрямованості:

о прямий сервіс - об'єднує послуги, цільове призначення яких визначається безпосередньо предметом торгівельної угоди і направляється на товар і споживача;

о побічний сервіс - це сервіс, який практично не стосується предмету обміну, а спрямовується на створення сприятливих умов, які б забезпечили тривале взаємовигідне співробітництво.

4. По ступеню адаптивності до споживачів:

е стандартизований сервіс - включає в себе типовий пакет послуг, потребу в яких клієнти відчують найчастіше;

- індивідуальний сервіс - формуються пакетом послуг, які опираються на специфіку потреб клієнтів.

5. По формі організації:

- сервіс, який реалізується власними зусиллями;
- сервіс, який організовується в залученням третьої сторони;
- сервіс, організований по принципу самообслуговування.

6. По масштабу:

- локальний;
- регіональний;
- національний;
- міжнародний.