



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"



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 відчувають 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.