

УДК 658.7

Пшоняк О. – ст. гр.. БМ-31

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ЛОГІСТИЧНИЙ СЕРВІС**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дудкін П.Д.

В сучасних умовах розвиток підприємництва зумовлений ступенем його необхідності для споживачів. Підприємці повинні працювати так, щоб високий рівень обслуговування та помірні ціни стимулювали потенційних клієнтів до взаємовигідного співробітництва. Кращі підприємства буквально одержимі обслуговуванням, розглядаючи його як одну з найважливіших стратегічних установок діяльності, що розрахована на завоювання вірності споживача та довгострокове зростання доходів. Оскільки сервіс є логістичною операцією, то доцільно говорити про значення логістики для розвитку підприємництва. Логістична система підприємства забезпечує необхідний набір послуг при максимально можливому зменшенні витрат, що зумовлені виконанням логістичних операцій. Мета логістичної політики – балансувати рівень сервісу і величину логістичних витрат для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Логістичний сервіс є комплексом послуг, що надаються споживачеві. При цьому його основа складається з таких шести принципів:

- обов'язковості пропозиції. Підприємство, що реалізує вироби, які потребують обслуговування, але не пропонує споживачу ніяких ніяких видів сервісу, приречене на поразку в конкурентній боротьбі;
- необов'язковості використання. Підприємство зобов'язане пропонувати, але не може нав'язувати клієнтам сервіс, оскільки вибір покупця має бути абсолютно вільним;
- еластичності. Пакет послуг, що надаються, повинен бути достатньо широким – від мінімально широким від мінімально потрібних до максимально доцільних;
- зручності. Сервіс має надаватися в тому місці, в такий час і в такій формі, які б влаштували покупця.
- раціональної цінової політики. Сервіс повинен бути не стільки джерелом додаткового прибутку, скільки стимулом для придбання товарів і засобом зміцнення довіри покупця до підприємства;
- інформаційної віддачі. У процесі надання послуг потрібно організувати збір інформації про всі сторони експлуатації товарів, про оцінки клієнтів, про поведінку і форми сервісу конкурентів.

Стан обслуговування характеризується трьома групами індикаторів: корисністю, оперативністю, якістю. Щоб бути ефективною логістична, система повинна підтримувати потрібний рівень кожного показника. Тому важливою є проблема їх моніторингу та виміру всіх елементів комплексу логістики. Корисність відображає можливість сервісу забезпечувати продаж товару відповідно до вимог покупця і оцінюється в процентах за допомогою показника наявності товару. Вимірювання корисності сервісу виявляється через оцінку корисності запасу. Це здійснюється за допомогою визначення коефіцієнта обіговості запасу, який дорівнює відношенню обсягу продаж до середньої величини запасів за відповідний період. Оперативність сервісу відображає можливості сервісу забезпечувати адекватне пристосування до вимог покупця. Якість сервісу відображає можливість забезпечувати до- і після продажне задоволення виробничих потреб покупця.