

УДК 658.7

Бойко Н. – ст.гр. БМп-32

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

АКТУАЛІЗАЦІЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ СЕРВІСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

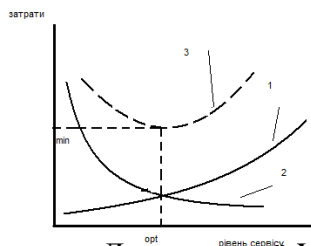
Науковий керівник: ст. викладач Дудкін П.Д.

Основною метою діяльності підприємства є отримання максимального прибутку, за умови задоволення потреб споживача та мінімуму витрат. Таким чином, можна досягнути високої реалізації та збуту виготовленої продукції, здійснених робіт та наданих послуг. Для цього організація повинна займати певну нішу на ринку тих товарів та послуг, якими займається. В даному випадку велику роль відіграє такий фактор як конкурентоспроможність фірми, підрозділу, товару (робіт, послуг). Із розвитком бізнесу та з постійним зростанням науково-технічного прогресу дуже важко здивувати споживача. А робити це необхідно для того, щоб підприємство помітили, зацікавилися ним, оцінили і прийняли рішення купити пропонуваній товар (роботу, послугу). Тому особливу увагу слід приділяти післяпродажному обслуговуванню, так званому сервісу, якість якого є важливим елементом логістичного ланцюга.

Основними компонентами обслуговування споживачів можуть бути такі показники: наявність товару; швидкість виконання замовлення; гарантія доставки; дотримання термінів доставки; наявність інформації про стадію виконання замовлення; обмеження обсягу замовлення; стан доставлених товарів; зручність подання замовлення; процедура розгляду та задоволення вимог тощо.

Типовими вимогами клієнтів є: високий ступінь надійності, пунктуальність і короткий термін поставок, ризи і стан поставок, які не викликають сумніву, швидка реалізація реклаमाцій. Основним завданням є покращення логістичного ланцюга, для уникнення різниці між якістю, яку очікує отримати клієнт та якістю, яка буде йому забезпечена. Найпоширенішими недоліками, які виникають під час обслуговування є: а) недостатня та незадоволена реалізація через відсутність відповідних кваліфікованих кадрів; б) ненадійне неадекватне переміщення інформації між постачальниками та клієнтами; в) різниця між очікуваною та отриманою клієнтом послугою.

Отже, основне завдання полягає у тому, щоб уникнути суперечностей, що з'являються у подібних ситуаціях і досягнути мети повної реалізації очікувань клієнтів. Рівень та якість сервісу є важливим конкурентоформуєчим фактором у розвитку логістичного обслуговування. Не слід економити на сервісі та не слід витрачати надміру великі кошти на нього, потрібно знайти золоту середину, найбільш вигідну для підприємства.



1 – затрати на сервіс; 2 – витрати від зниження сервісу;
3 – сумарні витрати і затрати

Графічне відображення затрат та рівня якості характеризує оптимальний рівень обслуговування

Для сучасної України та її економіки важливим показником є надання пільг у розрахунках в умовах платіжного дефіциту, однак для країн ринкової економіки таким показником є рівень поставки та її надійність. Для підприємств необхідною умовою є формування стратегій у сфері логістичного обслуговування споживачів.