ЛОГІСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

ЗЕЛЕНКО Ольга,
здобувач вищої освіти,
Державний торговельно-економічний університет

Науковий керівник
Котова Марина, *канд. екон. наук, доц.,*
Державний торговельно-економічний університет

Ключові слова: *логістичне обслуговування, ефективність, інновації, автоматизація, гнучкість, удосконалення, конкурентоспроможність.*

Keywords: *logistic service, efficiency, innovation, automation, flexibility, improvement, competitiveness.*

У зв'язку з сучасними викликами, все більше підприємств розуміють, що успіх у просуванні їх продукції на ринку та збільшенні прибутку потребує особливої уваги до обслуговування споживачів. Ефективне функціонування підприємств на ринку передбачає підтримку постійного контакту зі споживачами, вивчення їх потреб і задоволення основних запитів.

Промислові підприємства часто не мають налагодженої централізованої системи доставки замовлень кінцевим споживачам. Це пояснюється тим, що вони вже мають працюючу систему традиційної логістики, спрямовану на постачання товарів до посередників, оптовиків та роздрібних магазинів.

Сьогоденні реалії бізнесу вимагають від підприємств розвитку нових каналів збуту через процеси диджиталізації загалом та шляхом застосування інструментів електронної комерції зокрема. Тому останні роки логістика поступово розширює свою сферу діяльності, включаючи управління не лише матеріальними потоками, а й сервісними.

Значний акцент робиться на підвищенні якості обслуговування та встановлення довгострокових взаємовідносин з клієнтами, зокрема в логістиці e-commerce. Система логістики електронної комерції включає в себе управління запасами, виконання замовлень, складування, транспортування та доставку. Процес злагодженої роботи на всіх етапах від замовлення до доставки кінцевому споживачу вимагає детального планування усіх ланок, інтеграцію технологій і співпрацю з операторами та провайдерами.

Логістика e-commerce зокрема підтримується використанням таких систем:

1. CRM (Customer Relationship Management). CRM фокусується на моніторингу та поглибленні відносин з клієнтами, як наявними, так і потенційними, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними. Дозволяє легко проводити аналіз ринку і здійснювати управління замовленнями [1].

Сучасні CRM-системи надають підприємствам можливість оптимізувати спілкування з клієнтами та створювати ефективніші методи управління. Як результат, компанія може звернутися до «потрібного» замовника в «правильний» момент часу з найбільш ефективною пропозицією і по найбільш зручному замовникові каналу взаємодії [2].

2. ERP (Enterprise Resources Planning). ERP це інформаційна система для ідентифікації і планування всіх ресурсів підприємства, які необхідні для здійснення продажів, виробництва, закупівель і обліку у процесі виконання клієнтських замовлень [3]. Така система також використовується для планування закупівель, виробництва і розподілу готової продукції, оскільки спрямована на отримання та обробку інформації щодо зміни попиту, тенденцій його спаду чи зростання конкурентоспроможності та клієнтоорієнтованості логістичних підприємств [4].

3. SRM (Supplier Relationship Management). Допомагає підприємству комплексно управляти базою постачальників, автоматизуючи діяльність та розширюючи стратегію закупівель. Дозволяє інтеграцію різних операцій, підвищення прозорості запасів та полегшення оцінки постачальників[5].

Успішна логістика в умовах сучасності вимагає гнучкості у вирішенні завдань, постійного оновлення технологічних засобів та здатності швидко адаптуватися до змін на ринку. Необхідно розробляти та впроваджувати програмні рішення та інноваційні технології, які дозволять покращити ефективність логістичних процесів та досягти максимальної автоматизації, а також підвищити точність та швидкість обробки інформації.

Важливо, щоб рівень логістичного обслуговування відповідав очікуванням споживачів. Враховуючи наслідки політичних та економічних криз в Україні, таких як девальвація гривні, війна, зниження купівельної спроможності та відкладений споживчий

попит, можна очікувати певного зменшення обсягів у майбутньому та загострення конкуренції серед професійних операторів ринку логістичних послуг. Ті, хто пропонуватиме кращі логістичні рішення, зокрема у плані спрощення процедури повернення товару, пропозицій післяплати, доступу до інформації про товар у будь-який час, а також в гнучкості та еластичності доставки, будуть мати перевагу на ринку.

Список використаних джерел

1. Остроушко В.А. Сучасні методи сервісного обслуговування в логістиці. Сучасні проблеми науки: тези доповідей XXI Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ, 2021. С. 72–75.
2. Мережка Ю. CRM-системи – інноваційний інструмент для реалізації клієнтоорієнтованої стратегії компанії. Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення: тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих учених, 6–7 квітня 2012 р. Харків: ХНУ імені В. Каразіна, 2012. С. 78–82
3. Kalachyk A., Tomchuk V. (2019) ERP systemy ta yikh mistse v upravlins′komu obliku [ERP systems and their places in management accountig]. Finansy, oblik, banky, no. 1 (24), pp. 179–187.
4. Kravchenko M.O., Manoryk H.O. (2018) Formuvannya systemy lohistyky na pidpryyemstvakh elektronnoyi komertsiyi. [Logistics system formation at the ecommerce enterprises].
5. China’s E-CommerceMarket: The Logistics Challenges: [Електронний ресурс]. – режим доступу http://www.atkearney.com/paper//asset_publisher/dVxv4Hz2h8bS/contetchinas-e-commerce-market-thelogistics-challenges/10192