

4. Сток Дж.Р. Стратегическое управление логистикой/ Сток Дж.Р., Ламберт Д.М.; пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2005. – 797 с. 5. Мартин Кристофер. Маркетинговая логистика/ Мартин Кристофер, Хелен Пэк. – М.: Издательский Дом "Технологии", 2005 – 200 с. 6. Талалаев Е. Как сократить сроки хранения товаров на складе // Е. Талалаев. Логинфо.– Бюлетень логистической информации. – №3. – март 1999 р. – С. 8. 7. Вагнер Г. Основы исследования операций / Г. Вагнер. – Т.1. – М.: Мир, 1972. – С. 332. 8. Лайл М. Спенсер-Мл. Компетенции на работе / Лайл М. Спенсер-Мл., Сайн М. Спенсер; пер. с англ. – М.: НИППО, 2005.– С. 384.

УДК 658.45

Г. Радзійовська

Політехніка Шльонська, Польща

ЛОГІСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТА НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ

© Радзійовська Г., 2010

Досліджено питання логістичного обслуговування клієнта, яке ґрунтується на теорії єврологістики, яка стрімко розвивається. Основну увагу приділено ролі логістичних підприємств в ланцюгах поставок. Теоретичні основи ґрунтуються на дослідженнях ситуацій.

The paper presents the questions of customer logistic service. Consideration on theory eurologistics based developing. Particular return note on roles of logistic companies in supply chains. Study of case support theoretical consideration

Постановка проблеми. Тепер в бізнесі усе більшу увагу привертає розширення діяльності на міжнародних ринках. Процес виходу економіки на міжнародні ринки приводить до важливих змін форм діяльності на ринках. Постачання товарів в ЄС мусить враховувати інституційні, юридичні, торгові і технічні вимоги, які б відповідали стандартам ЄС. Європейські видання впровадили поняття внутрішнього ринку ЄС, часткою якого є польський ринок. Маючи на увазі подальший розвиток господарської діяльності, важко не зауважити значення логістики в постачанні товарів, яка повинна перемістити їх від постачальників до покупців, які локалізовані в різних місцях Європи. Отже, важливим завданням підприємств є надання логістичних послуг, що здійснюються згідно з концепцією 7R. Це питання розглянуто під кутом теоретичної і практичної сторони на прикладі логістичних операторів, які надають послуги в міжнародному масштабі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підприємства потребують нових можливостей, а також шансів для зростання користі і ефектів, які пов'язані з діяльністю на міжнародних ринках, що постійно змінюються. Одна з можливостей, яка виходить за функціональні межі підприємства, – це забезпечення відповідного рівня обслуговування клієнта. Обслуговування клієнта об'єднує логістику і маркетинг, виразником чого є інтегрована логістико-маркетингова концепція. Як стверджує П. Блейк [1], ця концепція складається з інтеграції двох концепцій, з одного боку, логістики як концепції часткового управління, орієнтованої на постачання, а з іншого, – маркетингу, який орієнтований ринковою концепцією управління підприємством. Обидві концепції управління стикаються у найважливішому місці, яким є ринок, що детермінує стратегії діяльності підприємства на ринку збуту і забезпечення. Однак метою обох цих концепцій є використання потенціалу і можливості підприємства, щоб досягти успіху на ринку і надати той рівень обслуговування клієнта, що вимагається. Отже, можна сказати, що до обслуговування клієнта належить підходити не тільки з перспективи маркетингу, але й з перспективи логістики, а сформульована стратегія повинна забезпечити досягнення найвищого рівня задоволення потреб і вимог клієнта. З логістичної точки зору під обслуговуванням клієнта маємо на увазі уміння або чітку здатність щодо ефектного заспокоєння очікувань клієнта, головне, щодо часу і місця поставок продуктів, що замовляються, з використанням усіх доступних форм логістичної діяльності [2]. Така здатність системи логістичного підприємства і ланцюга поставок обслуговування клієнтів дружить з концепцією 7R. Маємо на увазі, що сфера обслуговування клієнтів повинна обіймати два простори: конфігурацію логістико-маркетингової мережі, а також роль логістики в контексті змін, які відбуваються на ринку. Перший простір є широко окреслений в доступній літературі, тому більше уваги ми приділимо другому простору. Маємо на увазі зміни, які відбуваються у світовій економіці. А. Харрісон і Р. Хоек [3] окреслили визначальні характеристики міжнародної логістики, беручи до уваги такі елементи:

- чинники щодо проектування мережі управління ризиками, контроль;
- чинники, які забезпечують діяльність: поширення транспорту, інформаційно-телекомунікаційні технології;

- мотиваційні чинники: ціна продукції, економіка масштабу;
- чинники ризику: пристосування до місцевих потреб/час поставки на ринок, витрати економіки запасів, порушення в транспорті, геополітичні загрози.

Отже, будуючи міжнародну логістичну мережу, необхідно мати на увазі, що, з одного боку, чинники, які забезпечують і стимулюють закордонну експансію, а з іншого, – необхідність зважання на ризики. Метою логістичної мережі є оптимізація логістичного обслуговування з врахуванням змін, які відбуваються в логістичному оточенні.

Отже, в аналізі логістичного обслуговування на європейському ринку слід звернути увагу на:

- інтеграцію товарних ринку і ринків послуг, що має великий вплив на діяльність надавачів послуг з логістичного обслуговування. Стаття 14, пункт 2 TWE визначає, що „...внутрішній ринок обіймає простір без внутрішніх рубежів, в якому відбувається вільний обіг капіталу, осіб, послуг і товарів” [4];

- політику якісного суспільства представляє ЄС, що руйнує бар'єри для товароруку на просторах ЄС;
- спільну транспортну політику ЄС, яка визначається як:
 - спільне регулювання, що стосується міжнародного транспорту у перевезеннях на/або з території окремої країни, транзиту через територію однієї чи кількох країн;
 - умови, на яких перевізник, місцеперебування якого є тимчасовим в країні, може отримати транспортне обслуговування;
 - заходи, які підвищують безпеку транспорту;
 - інші відповідні рішення.

У ракурсі збільшення ЄС через входження нових країн, а також зростаючої систематичної європейської інтеграції економік велике значення, як пише Е. Golemska [5], набуває єврологістика, яку виділено як область знань і яка отримала обґрунтування, яке разом з завданнями логістики поєднує її процеси з вимогами, які транспортна політика ЄС наклала на країни-учасниці. Завданням єврологістики є проектування, впровадження і контроль спільної для європейських країн системи, яка б переміщала і накопичувала продукти і обіймала фізичні потоки, а також потоки фінансів та інформації. Така система повинна бути забезпечена інформаційними технологіями.

Зменшення обмежень у товарообміні між країнами ЄС, а також поступове зменшення торгових бар'єрів між країнами, об'єднаними для проведення змін в структурі і організації логістичних систем, логістичних ланцюгів, а також мереж поставок. Звіти досліджень, проведених консалтинговими фірмами (CLM, ELC, Gartner Group тощо), дають змогу окреслити головні тенденції їх розвитку [6]:

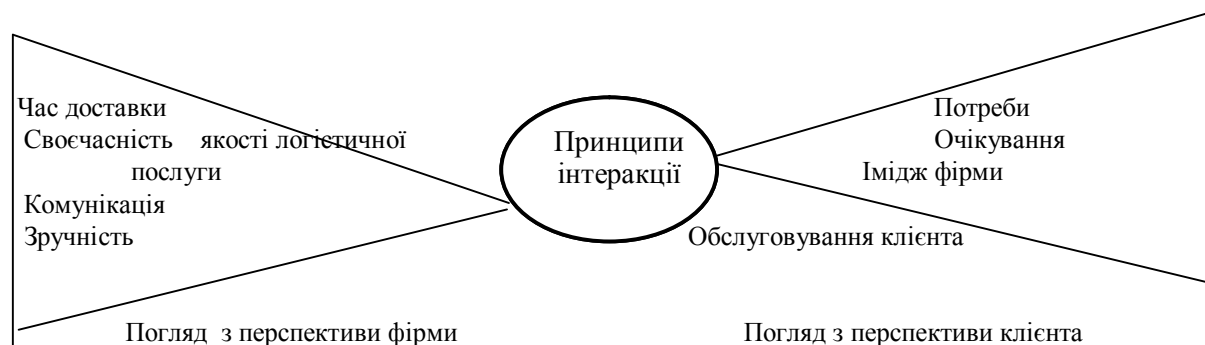
- централізація і географічна концентрація місць розподілу товарів;
- зростаюча інтеграція як результат розвитку логістичного управління;
- розвиток стратегічного спільного підходу і старанно скорочена чисельність постачальників;
- поліпшення рівня якості логістичного обслуговування клієнта;
- застосування принципів щодо екологічного управління підприємствами;
- зростання значення аутсорсингу;
- зростання частки транспорту, яка інтегрована в обслуговування потреб перевезень виробниками і дистрибуторами.

Маючи на увазі факт, що логістична активність повинна забезпечувати відповідний ступінь якості логістичного обслуговування клієнтів, зростає значення логістичних операторів, які посідають провідне становище у сфері діяльності обслуговування клієнтів. Тому важливим є, з одного боку, поява нових шансів для логістичних надавачів послуг, таких як: ліквідація дозволів і лімітів в поставках товарів на просторах ЄС, обмеження рубежів і ліквідація внутрішніх цілей Союзу, спрощення якісних процедур, засад уніфікації господарського права, а з іншого, – труднощі, що генеруються через запізнення в розвитку інфраструктури, традиційні моделі розподілу в Польщі, а також запізнення в модернізації логістичних систем виробничих підприємств [7]. Існує думка логістичних менеджерів, що більше шансів мають фірми з закордонним капіталом, ніж польські фірми. Однією з можливостей є консолідація польських логістичних надавачів послуг із закордонними операторами.

Формулювання цілей статті. Ґрунтуючись на представленні теоретичних засад вирішення питання, цілями статті є аналіз та оцінка діяльності логістичних надавачів послуг в аспекті обслуговування клієнтів на європейському ринку

Виклад основного матеріалу. Усе більшою мірою виробничі підприємства, діяльність яких здійснюється на Європейському ринку, усвідомлюють, яку велику роль у досягненні високого рівня в обслуговуванні клієнта відіграють логістичні надавачі послуг, які пропонують послуги високої якості. З логістичного погляду, під обслуговуванням клієнта розуміється здатність логістичної системи до задоволення потреб клієнтів з точки зору часу, місця, комунікації і зручності [7].

Логістична діяльність повинна бути пов'язана з середовищем досвіду, що уможливорює зрівноважити очікування і вимоги клієнтів з цілями, прийнятними для фірми. Істотні підходи показано на рисунку.



Принципи логістичної інтеракції з погляду фірми і клієнта
Джерело: [8].

Зіставлення результатів дослідження

№ з/п	Критерії	Фірма А	Фірма В
1	вид діяльності	фірма входить до складу групи La Poste	відділ логістичного оператора постачальника інтегрованих логістичних послуг
2	предмет діяльності	комплексне кур'єрське обслуговування, логістичні послуги, експедиційні, якісні послуги, які створюють додану вартість	комплексне логістичне обслуговування найважливіших фірм різноманітної діяльності
3	Простір діяльності	міський, загальнодержавний, міжнародний	загальнодержавний, глобальний
4	вид послуг	авіатранспорт і автодорожні перевезення, перевезення контейнерами і палетові дрібниці, спеціальні послуги, спеціальний Project Logistics	транспортні послуги, експедиційне і логістичне забезпечення
5	пріоритети діяльності	вчасність, солідність, якість, інноваційність, еластичність	надання логістичної розв'язки, яка створює додану вартість для клієнтів
6	інфраструктура	автоматичне сортування пересилань, відслідковування шляху пересилань, спеціальні упакування, автомашини, інформаційні системи: Unisoft, Navision Financial	сучасна система розподілу, яка використовує логістичні термінали, flow logistics (система – інформаційні модулі): e-connect, EDI, Tracking Domestic, Tracking International, Tracking Air and Sea, Tracking Advanced International, Tracking Advanced KPI, Scheduling, e-booking, Spec's, NPT
7	логістична мережа	мережа Хубова, доступ до мережі логістичних поставок у 30 країн Європи	Мережа, яка передбачає пересилання на теренах усієї Європи
8	рівень логістичного обслуговування	вчасність поставок – 99 %, показник пошкоджень поставок – 5 %, втрати поставки – <2 % (рівень для VIP-клієнтів)	вчасність реалізації замовлень – 98.1 %, рекламація доставок – 2 %, поставки, недоведені до клієнта – 1.39 % (ступінь якості обслуговування, оцінений клієнтами, становить – 89 %).

Джерело: власне опрацювання.

Теоретичні засади перевірено на прикладі логістичних підприємств. Одним з логістичних підприємств є таке, що надає кур'єрські послуги і є одним з головних логістичних надавачів послуг в Європі (фірма А), пропонує широкий спектр послуг, – від стандартних кур'єрських послуг до індивідуальних і в просторі логістичного забезпечення. Має понад 500 відділів в 35 європейських країнах, а також автомобільний парк, що нараховує понад 15 тис. автомобілів.

Другим підприємством є відомий постачальник логістичних послуг (фірма В), що диспонує комплексним логістичним розв'язком, а також глобальним ланцюгом поставок, що має в своєму розпорядженні залізничний, автомобільний, авіаційний і морський транспорт. Інтегрована мережа постійних регулярних сполучень господарських регіонів знаходиться у більше ніж 150 країнах.

Як критерії аналізу прийнято:

- види діяльності;

- основи діяльності підприємства;
- види пропонованих послуг;
- пріоритети діяльності;
- інфраструктура;
- логістична мережа;
- рівень логістичного обслуговування.

Результати досліджень подано у таблиці.

На підставі даних, представлених в таблиці, можна зауважити, що ці фірми займають відповідну логістичну транспортну інфраструктуру, в яку входять склади, відповідні упакування та інформаційне забезпечення з використанням комп'ютерної техніки, яка пристосована до реалізації послуг міжнародного рівня. Істотну роль відіграє у доступі до глобальних логістичних мереж консолідація із закордонними фірмами. Чітка і ефективна реалізація завдань становить засади діяльності логістичних фірм. Завдяки цьому можна надати клієнтові широку сферу послуг, забезпечивши відповідний рівень обслуговування, пристосований до вимог і потреб клієнта.

Висновки та перспективи подальших досліджень. В аспекті зростання ЄС через входження нових країн, а також завдяки європейській систематичній економічній інтеграції великого значення набуває єврологістика. Підприємства постійно шукають нові можливості, а також шанс зростання користі і ефектів, які пов'язані з їх діяльністю на міжнародних ринках, що постійно змінюються. Одним із рішень є забезпечення відповідного рівня обслуговування клієнта, який перетинає межі функціональної діяльності підприємства. У пошуках ефективних методів забезпечення відповідного логістичного рівня можна опертися на теорію єврологістики як парадигми управління щодо ланцюгів поставок. Товарообіг в межах ЄС повинен поглибити інституційні вимоги, юридичну, торговельну і технічну відповідність стандартам Союзу. В працях європейських вчених впроваджено поняття внутрішнього ринку ЄС, часткою якого є польський ринок. Необхідно звернути увагу на те, що тепер підприємства звертають велику увагу діяльності в інтегрованих ланцюгах поставок, причому спостерігається зростання значення щодо удосконалення якості обслуговування клієнтів. Усе важливішими ланками в ланцюгах і мережах поставок є логістичні підприємства. Процес європейського дерегулювання транспортно-експедиційного ринку вплинув на розвиток фірм, які пропонують широкий спектр послуг високої якості і які значно перевищують типові пропозиції перевізників і експедиторів. Сучасні європейські логістичні підприємства надають дуже різноманітні і комплексні послуги, які пристосовані до потреб індивідуального клієнта. Умовою, яка забезпечує реалізацію послуг на високому рівні, є володіння відповідною технічною інфраструктурою, яка включає і інформаційну мережу, а також доступ до розгалуженої логістичної мережі. Беручи до уваги наведені висновки, подальшим напрямом досліджень буде вплив вимог Європейського ринку і розвитку інформаційних технологій на логістичне обслуговування клієнта.

1. *Blaik P. Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarządzania, PWE. – Warszawa, 2001.* 2. *Kempny D. Obsługa logistyczna, wyd. AE. – Katowice, 2008.* 3. *Harrison A., R. van Hoek. Zarządzanie logistyką, PWE. – Warszawa, 2010.* 4. *Dynia E. Integracja Europejska, Lexis Nexis. – Warszawa, 2004.* 5. *Golebska E., Kempny D., Witkowski J. Eurologistyka w zarządzaniu międzynarodowym, WN PWN. – Warszawa, 2004.* 6. *Wysokińska Z., Witkowska J. Integracja europejska. Rozwój rynków, WN PWN. – Warszawa–Łódź, 2002.* 7. *F.J. Beier, K. Rutkowski: Logistyka, wyd. SGH.– Warszawa, 1993.* 8. *G. Radziejowska, Quality of logistic customer service in service area, Total Logistics Management, AGH. – Cracow, 2008.*