

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАНЬ
Петунін А.В., Національний транспортний університет, Київ, Україна

LOGISTICS SERVICE MANAGEMENT IN THE SUPPLY CHAIN
Petunin A.V., National Transport University, Kyiv, Ukraine

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМ ОБСЛУЖИВАНИЕМ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК
Петунин А.В., Национальный транспортный университет, Киев, Украина

Постановка проблеми. В умовах загострення конкуренції на споживчих ринках стійкість підприємств в ланцюгах поставок забезпечується в ході реалізації стратегій, спрямованих на максимальне задоволення споживчого попиту не тільки на товари, а й на пов'язані з цим процесом послуги. Боротьба за споживачів посилюється при економічних кризах, в одній з яких нині перебуває Україна. Політична нестабільність, агресія сусідньої держави призвели до девальвації національної валюти, погіршення інвестиційного клімату, зниження купівельної спроможності та загального добробуту населення. За таких обставин та несприятливих очікувань, коли домогосподарства більш схильні до заощаджень, ніж до придбання споживчих товарів, побутової техніки, нерухомості, рівноважна ціна між платоспроможним попитом та пропозицією пересувається до менших значень на переважне число пропонованих товарів / послуг. Тобто рентабельність продажів стає меншою, що робить особливо актуальними питання, пов'язані зі зниженням всіх витрати, пов'язаних з виробництвом та збутом товарів або наданням послуг. Досить велику увагу при цьому доцільно приділити аналізу джерел виникнення та розрахунку логістичних витрат, які є хоча і супутніми до витрат виробництва, однак можуть мати значні резерви до скорочення своєї величини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблем управління запасами першими присвятили свої роботи Ф. Харріс, Р. Вілсон, Ф. Раймонд. Відомі пізніші праці зарубіжних фахівців з логістики, методів моделювання ланцюгів поставок і управління запасами: Д.Дж. Бауерсокса, Дж. Хедлі, Т. Уайтіна, Д.Дж. Клосса, Дж. Шапіро та ін. Загальнометодологічними питаннями логістики, методами прийняття рішень в логістиці присвячені роботи А.Н. Гаджинського, В.С. Лукинського, Л.Б. Миротіна, В.І. Сергєєва, А.Н. Стерлігової та інших. Методи математичного моделювання і прийняття рішень в логістиці, в тому числі в умовах невизначеності, розглядаються в працях Г.Л. Бродецького, Б.Л. Геронімуса, О.В. Голосова, А.А. Ємельянова, О.А. Косорукова, В.А. Лотоцького, А.В. Міщенко, Ю.І. Рижикова [1].

Невирішена раніше частина загальної проблеми, якій присвячена стаття. За наявності значного числа публікацій стосовно логістичного обслуговування споживачів, недостатня увага приділена розрахункам його рівня та обліку витрат на надання певного комплексу логістичних послуг.

Мета статті – проаналізувати підходи до встановлення оптимального рівня логістичного обслуговування споживачів.

Основна частина. Матеріально-технічне забезпечення, або закупівлі – є однією з базових логістичних підсистем, яка забезпечує надходження матеріального потоку потрібної якості на підприємство. На цьому етапі вирішується питання, чи забезпечувати підприємство необхідними ресурсами власними силами, налагодивши власне виробництво, чи шукати постачальників «на стороні», якими силами організувати доставку вантажів: власними чи найманими транспортними засобами. Тобто більшість питань стосуються розв'язку завдання «зробити або купити» та налагодження відносин з потенційними партнерами по ланцюгу поставок. Але окрім питань знаходження постачальників за якісною характеристикою (що забезпечать підприємство вхідним потоком якісної сировини / продукції, нададуть якісні послуги з логістичного, зокрема транспортного обслуговування) та організаційних питань виникають ряд питань, пов'язаних з кількісною стороною вхідного матеріального потоку, а саме його напруженості та потужності. За сучасних досягнень в сфері інформаційних технологій все більше підприємств будуть переходити до впровадження концепцій точно в термін, швидкого реагування, налагодження систем на зразок Vendor Management Inventory. Це дозволить якщо не зовсім уникнути створення запасів, то в значній мірі скоротити їх доцільні обсяги. Разом з тим, слід розуміти, що деякі запаси формуються не тільки у зв'язку з можливістю економії витрат на інших (від витрати на утримання запасів) статтях логістичних витрат: таких як транспортні витрати – завдяки економії масштабу на основі поставок більш великими

партіями, складські витрати – на формування партій відправлень, завдяки замовленню продукції партій, кратних величині транспортної тари укрупненого вантажного місця, витрати виконання замовлень – на процедурах оформлення документації, контролю за проходженням вантажів та інших, а й по причині сезонності виробництва та асинхронності в операціях закупівлі, виробництва та збуту. В такому ланцюзі запаси можуть об'єктивно виникати у багатьох його ланках і вони потребуватимуть раціонального управління, передусім побудови системи управління запасами, яка б наочно ілюструвала б перспективну динаміку зміни в обсягах поточних запасів, моментах розміщення чергового замовлення та надходження партій постачань заданих обсягів, очікуваних строках виконання замовлень.

Визначення рівня матеріальних запасів необхідне для мінімізації загальних витрат підприємства на їх утворення та підтримання. Витрати зберігання можна розділити на витрати на підтримання рівня матеріальних запасів та втрати, пов'язані з їх відсутністю. Отже, одним з ключових питань в управлінні запасами є розуміння впливу кожного управлінського рішення із забезпечення підприємства матеріальними ресурсами на виникнення витрат різних статей, а також здійснення їх ретельного обліку.

Так, витрати на зберігання можна розглядати, з однієї сторони, як певний відсоток від ціни одиниці, що включатиме податки, страхування, псування, уцінку та інші втрати та збитки, величина яких визначається вартістю продукції; з іншої сторони як певна ставка витрат на одиницю площі (об'єму), що займає товарна позиція, яка визначається шляхом розподілу витрат на утримання та обслуговування складу між усіма вантажними місцями, які на даному складі зберігаються [2].

Досить обґрунтовано, на думку автора, до витрат на зберігання включається відсоток від ціни, пов'язаний з альтернативною вартістю капіталу. З одного боку, для придбання товарів могли бути залучені кредитні кошти під певний відсоток, з іншого боку це може бути умовний відсоток втрачених можливостей в разі оформлення депозиту. Таким чином дана стаття витрат акцентує увагу на одному з основних недоліків утримання запасів, а саме «заморожуванні» фінансових активів у запасах. Загалом витрати на зберігання одиниці продукції коливаються в середньому від 19 до 35% на рік від ціни [3].

Нині куди меншої ваги зазнала стаття витрат, пов'язана з виконанням замовлення, в порівнянні з початком ХХ ст. – часом винайдення моделі економічної величини замовлення, коли кожна угода супроводжувалась складними формальностями із залученням клерків, які фіксували гарантії угоди, обов'язки та відповідальність сторін. До даної статті витрат можна включати витрати на всі операції, які виникають за кожного замовлення на перевезення: на пошук та встановлення договірних відносин з постачальником, оформлення документації, контроль за виконанням доставки.

Разом з тим, недоліком в сучасних системах управління запасами та у використанні формули Вілсона й в наш час є те, що дана модель не включає витрат на транспортування. Проте очевидно, що витрати на транспортування зростають не прямо пропорційно до величини партії, оскільки діє ефект «економії масштабу», тобто за умови збільшення обсягів перевезень та використання транспортних засобів більшої вантажопідйомності приріст витрат є меншим у відношенні до приросту обсягу вантажу. Отже, між величиною партії та транспортними витратами на одиницю вантажу прослідковується обернена залежність. Крім того, навіть незначна консолідація вантажів та формування укрупнених вантажних місць дозволяє оптимізувати навантажувально-розвантажувальні операції та більш раціонально використовувати вантажопідйомність транспортних засобів, що також забезпечує економію витрат.

Найбільш складною та неоднозначною є процедура розрахунку втрат, пов'язаних з дефіцитом. Їх можна оцінити через реакцію споживача на відсутність у продавця товару на конкретний момент часу, коли споживач бажає його придбати. Можна виокремити наступні можливі рішення споживачів за таких обставин: 1) відкладання здійснення придбання товару; 2) очікування дзвінка в разі появи товару; 3) придбання товару-замінника, продаж якого приносить більший прибуток; 4) придбання товару-замінника, продаж якого приносить менший прибуток; 5) замовлення на відсутній товар, щоб отримати його пізніше; 6) відмова від купівлі товару у даного продавця та пошук його у конкурентів [4]. Всі наведені альтернативи потребують аналізу ймовірності їх настання та можливих вигід або витрат у перерахунку на грошовий вимір.

Розглянемо поняття логістичне обслуговування. За своєю сутністю – це комплекс операцій, спрямованих на задоволення потреб споживачів. Спектр можливих послуг при цьому досить широкий. Обслуговування клієнтів в області логістики слід відрізнити від обслуговування клієнтів в області маркетингу. Логістичне обслуговування клієнтів обмежується діяльністю, які мають місце під час індивідуального циклу замовлення, в той час як обслуговування клієнтів в області маркетингу

відбувається за межами циклу замовлення, наприклад, створення поінформованості про продукт. Обслуговування клієнтів в сфері логістики базується на основі логістичної діяльності в каналах розподілу, яка займається просуванням продукту та робить його доступним для клієнта.

Звичайно, обслуговування клієнтів також залежить від вхідних матеріальних потоків та виробничої діяльності. Наприклад, збої у постачаннях та можливий дефіцит товарів, природно, впливатиме на рівень обслуговування клієнтів. В основному логістичне обслуговування клієнтів зосереджене в сегменті B2B, наприклад, від виробника до роздрібною торгівлі, проте це справляє вплив і на кінцевого споживача. Якщо логістичне обслуговування бізнес-клієнтів низької якості, то воно також буде відображатися в обслуговуванні клієнтів, що роздрібний або оптовий торговець буде надавати своїм клієнтам.

Протягом останніх декількох десятиліть розуміння ролі та стратегія логістичного обслуговування споживачів змінилися. Логістичне обслуговування в 1970-х і 1980-х роках знаходилося у формі оперативної відповіді на скарги клієнтів. Тільки в кінці 1980-х компанії, орієнтовані на концепцію логістичного обслуговування, були здатні реально підвищити цінність наданих послуг для споживачів. Хоча, навіть тоді акцент був зроблений на встановленні стандартів обслуговування клієнтів, проте на основі того, що компанія могла зробити, а не на основі індивідуальних запитів клієнтів. Нині концепція логістичного обслуговування фактично повністю змінилася в сторону позиції, що виявлення і перевищення очікувань клієнта, тобто надання послуг з доданою вартістю, є способом, завдяки якому компанії можуть залишатися конкурентоспроможними і отримувати переваги в боротьбі за споживача.

Існують різні визначення поняття логістичного обслуговування. Логістичне обслуговування споживачів може бути визначене як послідовність дій з моменту розміщення замовлення, завершуючи операціями після поставки, такими, наприклад, як технічне обслуговування і монтаж. Інший варіант визначення поняття логістичне обслуговування споживачів базується на «правилі 7 R». Логістика забезпечує обслуговування клієнтів, надаючи правильний продукт, потрібної якості, в потрібній кількості, в потрібному місці, в потрібний час, правильному клієнту, і за оптимальних витрат. Це вимагає для всіх загальної оптимізації всіх поточкових процесів та логістичних функцій від комплектації замовлень до кінцевої доставки. Дуже спрощено визначення логістичного обслуговування можна описати через його атрибути. Наприклад, логістичне обслуговування споживачів може бути визначене як тривалість циклу замовлення; надійність доставки; доступність запасів; зручність замовлення; правильність упаковки та маркування; час доставки і гнучкість; точність розрахункових процедури; процедура реклаमाції; схоронність товару в процесі доставки; післяпродажна підтримка продукту; відслідковування та інформація про стан замовлення.

Загальна мета обслуговування клієнтів, в кінцевому рахунку, полягає в збереженні клієнтів та отриманні прибутків. Це може бути досягнуто шляхом задоволення потреб і очікувань клієнта, забезпечуючи високу якість обслуговування і цінність для клієнта. Всі клієнти є унікальними в їх потребах, побажаннях, очікуваннях, сприйняттях послуг та вимогах. Таким чином, мета логістичного обслуговування у швидкому реагуванні на запити споживачів. Для розуміння мети логістичного обслуговування та ефективності його організації необхідно визначати рівень задоволеності споживачів, якість обслуговування і споживчу цінність наданих послуг. Задоволення клієнта може бути визначене як ступінь відповідності покупця його очікуванням. Цілком очевидно, що існує взаємозв'язок між витратами і рівнем обслуговування. Чим вище рівень обслуговування, тим вище витрати на його надання. Слід також зазначити, що збільшення, наприклад, рівня обслуговування з 95 до 98 відсотків коштуватиме компанії значно дорожче, ніж з 80 до 83 відсотків. Проте, в обох випадках підвищення рівня сервісу може мати дуже незначний вплив на сприйняття клієнта, незважаючи на те, що це в порівнянні значне підвищення витрат [5].

Тому компаніям при підвищенні рівня логістичного обслуговування доцільно зосередити увагу на постійних та вигідних клієнтах. Зібравши інформацію зі звітів про обслуговування клієнтів, співставивши величину прибутків, які вони приносять, та витрат на їх обслуговування, можна використати інструментарій, розроблений для проведення стратегічного портфельного аналізу, наприклад, сформувані запропоновану М. Кристофером матрицю рентабельності клієнтів [6].

Обсяги продажів

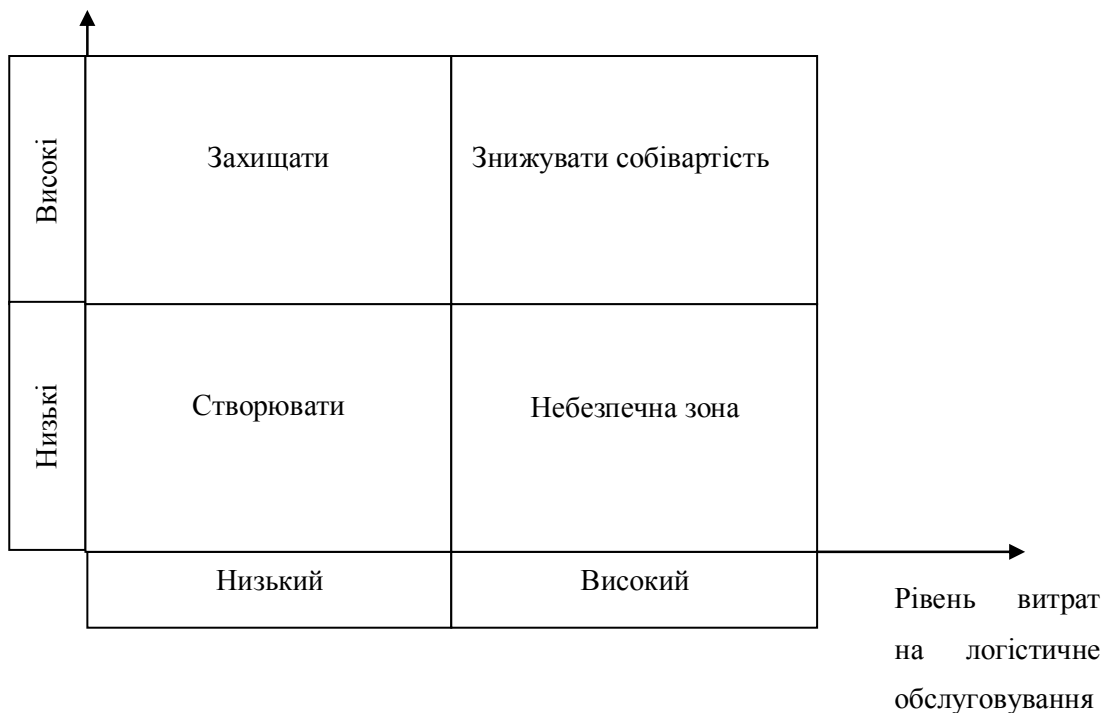


Рисунок 1 – Матриця рентабельності клієнтів

За наведеною на рисунку 1 матрицею рентабельності клієнтів можна розділити на чотири групи відповідно до витрат на їх обслуговування та отриманих від роботи з ними обсягів продажів. Відповідно до групи, до якої потрапив клієнт, компанії належить коригувати рівень обслуговування клієнтів та витрати по відношенню до прибутковості клієнтів. Якщо клієнт не є прибутковим, то витрати на обслуговування клієнтів має бути скорочено або рівень продажів повинен бути збільшений. Клієнти, які потрапляють в категорію «створювати» потребують незначних витрат в обслуговуванні. Проте їх обсяг продажів низький, що означає, що вони не є стратегічно важливими клієнтами. Обсяг продажів цієї групи повинна бути збільшена без значного збільшення витрат на обслуговування.

Клієнти в категорії «зона небезпеки» є тими, які не сприяють великим прибуткам компанії, але витрати на їх обслуговування при цьому досить великі. Ці клієнти є не вигідними для компаній, і тому доцільно або скоротити витрати на їх обслуговування або певним чином стимулювати обсяги продажів від цих клієнтів.

Клієнти, які розташовані в двох верхніх комірках матриці є ті, які приносять найбільше зиску компанії. Прибуткові клієнти можуть бути ще більш вигідними для компаній, якщо досягти зменшення витрат на їх обслуговування, наприклад, завдяки консолідації поставок або підвищенню ефективності обробки замовлення. «Захисту» потребують клієнти, які мають велике значення в обсягах продажів та несуть особливу цінність для компанії. Вони купують багато, при цьому витрати на їх обслуговування не висока. Таким чином, компанії необхідно зберегти цих клієнтів, тому що вони є тими, що приносять найбільше прибутку компанії.

Іншим можливим інструментарієм є проведення ABC-аналізу методом многокутника або дотичних за декількома вищенаведеними параметрами. Таким чином, можна розбити всіх клієнтів на чотири, дев'ять, шістнадцять тощо груп, що дозволить до кожної з них застосовувати певний набір управлінських рішень. Так, окрім вищенаведених пропозицій можна розробляти певні нормативи створення страхових запасів для кожної з отриманих груп. Так, в деяких роботах за доцільне пропонується встановлення логістичного обслуговування для клієнтів та товарів категорії А на рівні 96–98%, категорії В – на рівні 91–95%, категорії С – 85–90% [7]. Під рівнем логістичного обслуговування в даному випадку слід розуміти ймовірність негайного обслуговування споживачів завдяки наявності певної величини запасів, зокрема страхових, на складі. Орієнтовно можна

погодитись з наведеними пропозиціями, однак слід розуміти необхідність проведення власних розрахунків для встановлення певних стандартів. При цьому слід зазначити і на можливість розрахунку оптимального значення логістичного обслуговування і для кожної окремої товарної позиції, що, однак, потребує значних обчислень з використанням генетичних алгоритмів.

Неоціненний внесок у подолання виділених, негативно впливають на оціночний процес характеристик логістичного сервісу внесли Бернард Ла Лонд і Поль Зінджер, запропонувавши ще в 70-х роках минулого століття структуру обслуговування споживачів.

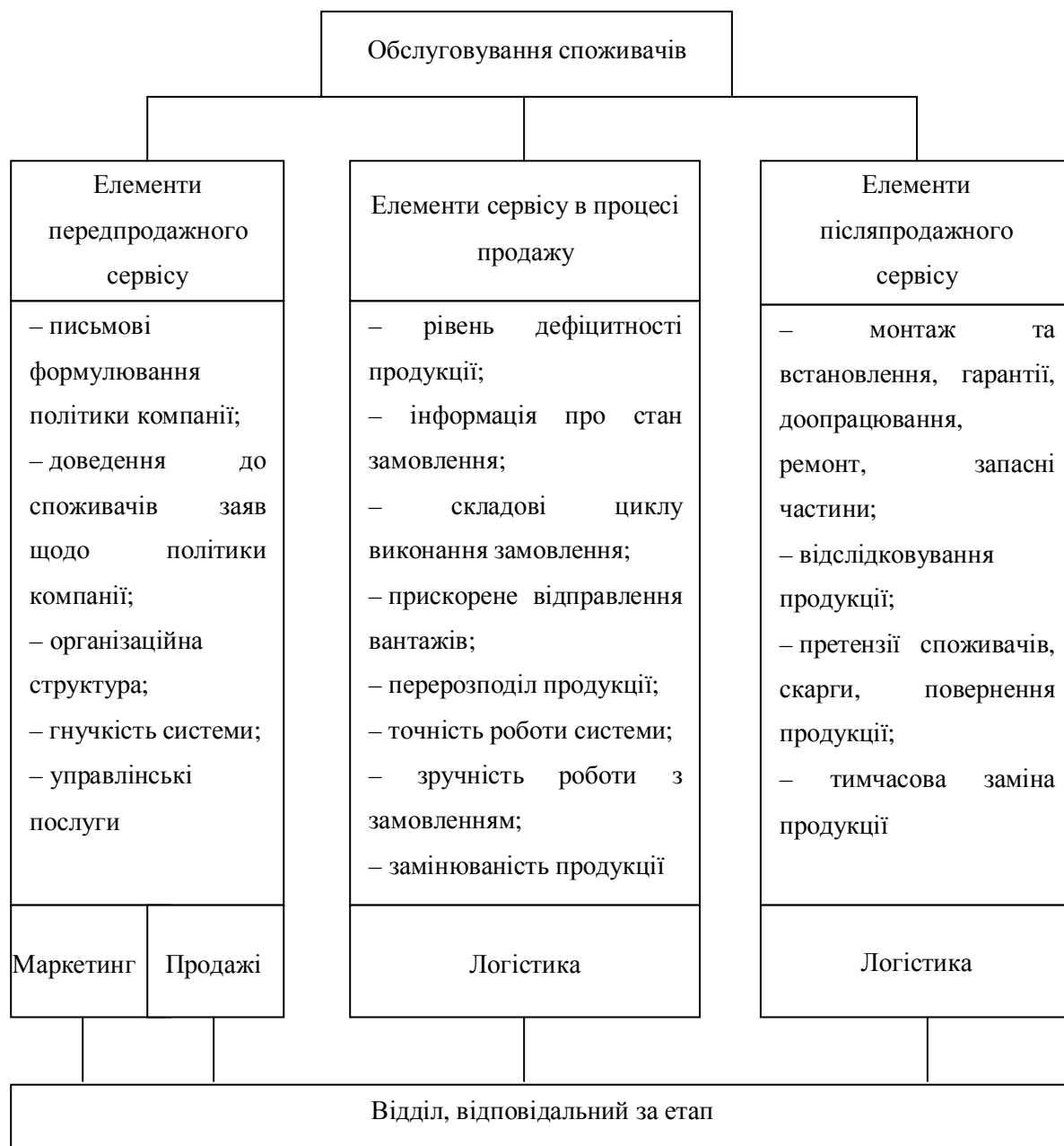


Рисунок 2 – Елементи логістичного обслуговування із зазначенням зони відповідальності

З визначенням рівня логістичного сервісу нерозривно пов'язано поняття якості логістичного сервісу, яке ряд авторів схильні оцінювати його через ступінь досконалості виконання постачальником основних логістичних функцій і операцій. Однак, беручи до уваги основне положення концепції управління ланцюгами поставок про споживача як його основну, варто визнати більш прийнятною позицію розгляду якості логістичного сервісу з точки зору споживача. Так, в моделі Зейтгамла, а також в розробках Ментцера, Флінта і Хульта, якість логістичного сервісу пропонується оцінювати щодо очікувань покупця. Особливо важливо реалізовувати даний підхід, коли компанія прагне домогтися максимальної задоволеності потреб своїх клієнтів. Доцільним слід

вважати визначення якості логістичного сервісу з точки зору виконання постачальником, взятих на себе зобов'язань перед клієнтом - виконання в суворій відповідності своєї пропозиції [8].

Типовий набір показників для оцінювання рівня сервісу представлено на рисунку 3.



Рисунок 3 – Типовий набір показників оцінки якості логістичних послуг за логістичними функціями

Варто відзначити виявлені проблеми, з якими доводиться стикатися при розробці системи показників у досліджуваній області. Одна з труднощів обумовлена суб'єктивним поглядом на якість кінцевими споживачами, що часом ускладнює формалізацію оцінки показників. Вельми непростим є і визначення системи вимірників логістичного обслуговування, методів їх оцінки, а також вибір інструментальних засобів вимірювання логістичного обслуговування споживачів. У багатьох організаціях існує схильність до оцінки «зручних» для них аспектів логістичного сервісу, а не найбільш значущих з точки зору самого покупця.

Додатковий ряд проблем в оцінці рівня сервісу у вітчизняних і зарубіжних джерелах відзначений професором В.С. Лукинським:

- тенденція до оцінки одного з показників обслуговування;
- різноманітність опису характеристик і процедур визначення логістичного сервісу: різноманіття назв залежності, функції і аргументів її складових;
- констатація теоретичних залежностей без конкретизації семантичного опису і якісних ілюстрацій конкретним прикладом розрахунку.

Висновок. Таким чином, в статті проаналізовано основні підходи до управління логістичним обслуговуванням та визначення рівня логістичного обслуговування споживачів.

Перспективи подальших досліджень. Подальшого дослідження потребує можливість комплексного вимірювання рівня логістичного обслуговування, що надається споживачам.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Свиридова О. А. Стохастические модели оптимизации управления запасами торговых организаций: дис. канд. эк. наук : 08.00.13 / Свиридова Ольга Александровна – Москва, 2015. – 148 с.
2. Модели и методы теории логистики: Учебное пособие. 2-е изд. / Под ред. В.С. Лукинского. – СПб.: Питер. 2008. – 448 с.

3. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок. / Д. Уотерс; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.
4. Современная логистика / Д.Джонсон, Д. Вуд, Д. Вордлоу, П. Мерфи; 7-е издание – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.
5. Radasanu A.C. Inventory management, service level and safety stock / A.C. Radasanu // Journal of Public Administration, Finance and Law. – Romania, 2016. – Issue 9. – P. 145–152.
6. Кристофер М. Маркетинговая логистика / М. Кристофер, Х. Пэк ; [пер. с англ. И.О. Касимова]. – М: Технологии, 2005. – 199 с.
7. Teunter Ruud H. ABC Classification: Service Levels and Inventory Costs / Ruud H. Teunter, Zied M. Babai, Aris A. Syntetos // International Journal of Operations & Production Management Society – Miami, 2009. – P. 1– 10.
8. Иванова А.В. Способы оценки логистического сервиса / А.В. Иванова // Логистика и управление цепями поставок. – СПб, 2014. –№3 (62).

REFERENCES

1. Sviridova O. Stokhastik model of inventory optimization for trade enterprises. PhD dissertation. Moscow. 2015. 148 p. (Rus)
2. Lukinskiy V.S. Modeli i metody teorii logistiki. Saint Petersburg, Piter, 2008, 448 p. (Rus)
3. Waters Donald. Supply chain management. Moscow. Uniti-diana. 2003. 503 p. (Rus))
4. Johnson D. Modern logistics. Moscow. “Williams”. 2002. 199 p. (Rus)
5. Radasanu A.C. Inventory management, service level and safety stock. Journal of Public Administration, Finance and Law. Romania, 2016. Issue 9. P. 145–152. (Eng)
6. Christopher M. Marketing logistics. Moscow. Technologies. 2005. 199 p. (Rus)
7. Teunter Ruud H. ABC Classification: Service Levels and Inventory Costs. International Journal of Operations & Production Management Society – Miami, 2009. – P. 1– 10. (Eng)
8. Ivanona A.V. Methods of evaluation of logistics service. S.Petersburg. 2014. №3 (62). (Rus)

РЕФЕРАТ

Петунін А.В. Управління логістичним обслуговуванням в ланцюгах постачань / А.В. Петунін // // Управление проектами, системный анализ и логистика. Ч.2: Серия «Экономические науки» – К.: НТУ, 2016. – Вып. 18.

В статті розглянуто проблемні питання, пов'язані з управлінням логістичним обслуговуванням в ланцюгах постачань в умовах невизначеності зовнішнього середовища та особливого загострення конкурентної боротьби.

Проведено аналіз наукових робіт, в яких представлені основні фактори, що впливають на ступінь задоволеності споживачів рівнем логістичного обслуговування.

Наведено перелік факторів впливу на встановлення рівня обслуговування споживачів. Зазначено актуальність ретельного розрахунку вигід та витрат, що виникають при утворенні страхових запасів.

Виявлено, що обслуговування клієнтів є важливим фактором успіху для компаній. В даний час, коли продукти стають все більш і більш рівними за своїми характеристиками і якістю, вирішальним фактором може стати якість обслуговування клієнтів.

Об'єкт дослідження – логістичне обслуговування в ланцюгах постачань.

Мета роботи – дослідити підходи до управління та встановлення оптимального рівня логістичного обслуговування.

Методи дослідження – метод аналізу та синтезу, метод аналогії та порівнянь, методи теорії ймовірностей та математичної статистики.

Результати статті можуть бути використані будь-якими суб'єктами господарювання при прийнятті рішення щодо надання певного комплексу логістичних послуг.

Прогнозні припущення щодо розвитку об'єкта дослідження – уточнення рекомендацій щодо встановлення рівня логістичного обслуговування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ЛОГІСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ, РІВЕНЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ, ЛОГІСТИЧНІ ВИТРАТИ.

ABSTRACT

Petunin A.V. Logistics service management in the supply chain. / A.V. Petunin // // Project management, systems analysis and logistics. Part 2: Series «Economics» – K.: NTU – 2016. – Vol. 18.

The article deals with the problematic issues related to logistics service management in the supply chain of the external environment and increased competition.

It was conducted a comparative analysis of scientific papers, which have factors service level. It was established that the basic functions of the formation of safety stocks. It was revealed that customer service is an important success factor for companies.

The list of factors were influencing the establishment of service level. It was specified for urgency careful calculation of costs and benefits arising from the formation of safety stocks.

It was revealed that customer service is a critical success factor for companies. Nowadays, when products are becoming more and more equal in their characteristics and quality, the differentiating factor will be the quality of customer service.

insufficient given recommendations on the optimal service level which corresponds to a certain amount of safety stocks. A criterion for deciding on the optimal service level was proposed.

Object of the study – logistics service in the supply chain.

Purpose of the study – researching approaches to formation of optimal customers service level.

Methods of the study – analysis and synthesis method, analogies and comparisons method, probability theory method and mathematical statistics method.

The results of the article can be used by any entities in making decisions about providing a certain range of logistics service.

Forecast assumptions about the object of study – to explain recommendations for the establishment of optimal service level.

KEYWORDS: LOGISTICS SERVICE, SERVICE LEVEL, LOGISTICS COSTS.

РЕФЕРАТ

Петунин А.В. Управление логистическим обслуживанием в цепях поставок / А.В. Петунин // // Управление проектами, системный анализ и логистика. Ч.2: Серия «Экономические науки» – К.: НТУ, 2016. – Вып. 18.

В статье рассмотрены проблемные вопросы, связанные с управлением логистическим обслуживанием в условиях неопределенности внешней среды и особого обострения конкурентной борьбы.

Проведен анализ научных работ, в которых представлены факторы, которые влияют на степень удовлетворенности потребителей уровнем логистического обслуживания.

Приведен перечень факторов влияния на установление уровня обслуживания потребителей. Указана актуальность тщательного расчета выгод и затрат, возникающих вследствие образования страховых запасов.

Выявлено, что в недостаточной степени приводятся рекомендации по установлению оптимального уровня логистического обслуживания, которому соответствует определенная величина страховых запасов. Предложен критерий принятия решения по установлению оптимального уровня логистического обслуживания.

Объект исследования – логистическое обслуживание в цепях поставок.

Цель работы – исследовать подходы к управлению и установлению оптимального уровня логистического обслуживания.

Методы исследования – метод анализа и синтеза, метод аналогии и сравнения, методы теории вероятностей и математической статистики.

Результаты статьи могут быть использованы любыми субъектами хозяйствования при принятии решения о предоставлении определённого комплекса логистических услуг.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования – уточнение рекомендаций по установлению уровня логистического обслуживания.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ЛОГИСТИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ, УРОВЕНЬ ОБСЛУЖИВАНИЯ, ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ЗАТРАТЫ.

АВТОР:

Петунін Андрій Володимирович, Національний транспортний університет, старший викладач кафедри транспортного права та логістики, e-mail: tpsalkaf@ntu.edu.ua, Україна, 01010, м. Київ, вул. Суворова, 1, к. 433а.

AUTHOR:

Petunin Andriy V., National Transport University, Senior Lecturer of Transport Law and Logistics Department, e-mail: tpsalkaf@ntu.edu.ua, Ukraine, 01010, Kyiv, Suvorova str. 1, of. 433a.

АВТОР:

Петунин Андрей Владимирович, Национальный транспортный университет, старший преподаватель кафедры транспортного права и логистики, e-mail: tpsalkaf@ntu.edu.ua, Украина, 01010, г. Киев, ул. Суворова, 1, к. 433а.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Ейтутіс Г.Д., доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та підприємництва Державного економіко-технологічного університету транспорту, Київ, Україна.

Гурнак В.М., доктор економічних наук, професор, Національний транспортний університет, професор кафедри транспортного права та логістики, Київ, Україна.

REVIEWER:

Eytutis G.D., Dr., Professor, State Economy and Technology University of Transport, Professor of Economics and Entrepreneurship Department, Kyiv, Ukraine.

Gurnak V.M. Dr., Professor, National Transport University, Professor of Transport Law and Logistics Department, Kyiv, Ukraine.