

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РІВНЯ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ

Гайдабрус Н.В.

Сумський державний університет, м. Суми

Логістичний сервіс створює додану вартість майже для будь-якого товару. При реалізації логістичного сервісу як необхідної складової логістики важливим є одержання високого економічного ефекту, що є основним принципом підприємницької діяльності. Реалізація цього принципу в ідеалі повинна досягатися за допомогою формування оптимального рівня логістичного сервісу. Жодне підприємство не може обійтись без планомірного та обґрунтованого процесу формування логістичного сервісу. Зокрема, для інноваційних товарів планування набуває більшої вагомості у зв'язку із високими ризиками виведення товару та іншими його особливостями.

Отже формування логістичного сервісу є сукупністю п'яти взаємопов'язаних процесів, кожен із яких впливає на інший послідовно. Також має місце зворотній вплив, тобто можливість коригування результатів на кожному із етапів.

Першим та базовим етапом є моніторинг внутрішнього та зовнішнього середовища господарювання підприємства. На даному етапі відбувається виявлення стратегічних проблем підприємства, формування стратегічних альтернатив розвитку та глибоке розуміння можливостей маркетингового середовища. Після цього визначаються стратегії та цілі виведення інноваційного товару. На даному етапі інформаційною базою може виступати аналіз потужностей підприємства та потенційних конкурентів інноваційного товару.

Третім етапом є безпосередньо внутрішній та зовнішній аудит логістичного сервісу підприємства, де відбувається інтегральна оцінка якості логістичного сервісу на підприємстві, на основі чого будується тривимірна матриця позицій показників оцінки логістичного сервісу, що дозволяє визначити ті показники логістичного сервісу, що потребують стрімкого розвитку та негайного виведення.

Заключними етапами формування логістичного сервісу є оптимізація показників залежно від бюджету та бажаного рівня логістичного сервісу, безпосередньо надання логістичного сервісу та контроль результатів. Слід зазначити, що контроль відбувається шляхом зіставлення бажаних цілей та отриманих результатів.

Отже, процес формування логістичного сервісу на ринку інноваційних товарів складається з п'яти взаємопов'язаних етапів, кожен із яких є важливою складовою на шляху до досягнення стратегічних цілей підприємства.