

2. Stewart T. A. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Doubleday/Currency, New York. 1998. 261 p.

3. The perils of bad strategy. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-perils-of-bad-strategy>

4. The Soft Revolution: An Emerging Dispositif of Creative Resistance. URL: [https://www.academia.edu/457638/The\\_Soft\\_Revolution\\_An\\_Emerging\\_Dispositif\\_of\\_Creative\\_Resistance](https://www.academia.edu/457638/The_Soft_Revolution_An_Emerging_Dispositif_of_Creative_Resistance)

5. Ghoshal S., Hahn M., Moran P. Management Competence, Firm Growth and Economic Progress. *Contributions to Political Economy*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/5209854\\_Management\\_Competence\\_Firm\\_Growth\\_and\\_Economic\\_Progress](https://www.researchgate.net/publication/5209854_Management_Competence_Firm_Growth_and_Economic_Progress).

**Плахотнікова Лариса Олександрівна,**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та менеджменту ЗЕД,  
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

## **ЛОГІСТИЧНІ ПОСЛУГИ: ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ РИНКУ**

Фактором сучасної конкурентної боротьби за ринки збуту суб'єктів господарювання є якість ділової послуги, до якої можна віднести і логістичну послугу. Сфера послуг стає рушійною силою економічного розвитку. На ринку явно проявляється тенденція розвитку сукупної пропозиції «товар-послуга». Послуга в загальному розумінні цього поняття є результатом деякої дії, що здійснюється при взаємодії постачальника і клієнта і приносить користь клієнту. За визначенням відомого спеціаліста в галузі маркетингу Ф. Котлера, послуга – це будь-який захід чи вигода, які одна сторона може запропонувати іншій стороні і які переважно невідчутні [1].

Виробництво послуги може бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді, а може бути і не пов'язано. Послуга як результат праці має споживчу вартість, що визначає її товарний характер, який виявляється у здатності бути реалізованою споживачем як специфічний товар, саме ця ознака і пов'язує послугу із матеріальним товаром. Таким чином, у сучасних умовах розвитку ринку особливу роль набуває не тільки сам товар, а й сукупність послуг, пов'язаних з розподілом матеріального потоку і подальшої його експлуатацією. У зв'язку з цим сервісне обслуговуван-

ня матеріального потоку, підвищення якості послуг стають важливими чинниками успіху у конкурентній боротьбі. Сервісне супроводження матеріального потоку здійснюється всіма учасниками ринку: виробниками, дистриб'юторами та постачальниками логістичних послуг (логістичними операторами). На думку учасників та фахівців ринку, основна частина послуг, що надаються споживачеві, припадає на сферу логістики, а саме: перевезення, підготовка, вантажопереробка, складування, зберігання. Нині в ціні продукції значну частину становлять витрати на логістичні операції. Отже, природа логістичної діяльності передбачає можливість надання споживачеві матеріального потоку різноманітних логістичних послуг. Сучасний бізнес висуває високі вимоги до якості, обсягу та доступності логістичних послуг. Саме якість, доступність та обсяг логістичних послуг впливають на потенційних клієнтів та є критеріями прийняття рішення про перспективну довгострокову співпрацю. Відповідно, логістична стратегія, що базується на комплексі відповідної якості логістичних послуг, є ефективним засобом створення інтегрованих зв'язків між виробниками, покупцями та логістичними посередниками.

Оскільки всі послуги однакові, зростає потреба у аналізі услуг. Різна природа послуг по-різному може проводити їх отримання. Кожна послуга має свою номенклатуру, ступінь стандартизації, технологію, специфічні особливості тощо. Сфера логістичних послуг виникла у 1960-ті роки, та розвивається по теперішній час. Логістичні послуги мають відмінні особливості та специфіку, бувають різних категорій. Для вітчизняного ринку поняття «логістична послуга» є новим. Багато хто сприймає логістичні послуги тільки як комплекс транспортних послуг та/або послуг складу. Дане розуміння є вкрай обмеженим, оскільки сучасний ринок логістичних послуг може запропонувати широкий спектр послуг. Класифікація логістичних послуг необхідна для визначення підходів до їх реалізації, оптимізації та оцінки, що дозволяє підвищити їх ефективність та якість. Класифікацію логістичних послуг можна провести за певними ознаками (табл. 1).

Таблиця 1

### Класифікація логістичних послуг за ознаками

Ознака	Вид послуги
Значимість	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="296 1268 967 1353">▪ основні (ключові) логістичні послуги, такі як зберігання вантажу, експедирування, вантажоперевезення, документальний супровід та ін;</li> <li data-bbox="296 1359 967 1436">▪ підтримання логістичних послуг, до яких відносяться процедури збору і повернення товару, управління вторинними матеріальними ресурсами (відходами);</li> </ul>

Продовження табл. 1

Ознака	Вид послуги
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ додаткові послуги, наприклад копакинг, стікерування товару, ціноутворення, тобто виділення в кінцевій ціні готової продукції логістичних витрат)</li> </ul>
Функціональне призначення	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ послуги по перевезенню вантажів;</li> <li>▪ послуги по митному оформленню вантажів;</li> <li>▪ послуги по пакуванню вантажу, продукції;</li> <li>▪ послуги по оформленню транспортно-супровідних документів;</li> <li>▪ послуги по комплектації замовлень на склад, консолідації вантажів;</li> <li>▪ послуги по прийому, складуванню та вантажопереробці продукції;</li> <li>▪ послуги по маркуванню, штрих-кодуванню, сортування, стікеруванню товару та ін.;</li> <li>▪ послуги по інформаційному забезпеченню системи руху матеріальних потоків;</li> <li>▪ послуги пов'язані з поверненням матеріальних потоків (брак, обіговою тарою);</li> <li>▪ послуги по забезпеченню запасними частинами та супутнім сервісом</li> <li>▪ лізинг спеціалістів у сфері логістики;</li> <li>▪ консалтингові послуги</li> </ul>
Послуги управлінського характеру	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ інтегроване планування та управління ланками ланцюгів поставок;</li> <li>▪ управління циклом виконання замовлення;</li> <li>▪ управління функціональним життєвим циклом товару;</li> <li>▪ управління матеріальним запасами;</li> <li>▪ управління рівнем і параметрами якості логістичного сервісу;</li> <li>▪ управління доходами та логістичними витратами;</li> <li>▪ аудит і контролінг логістичних процесів</li> </ul>
За об'єктом управління і спеціалізацією	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ послуги для промислових підприємств</li> <li>▪ послуги для підприємств торгівлі та громадського харчування;</li> <li>▪ послуги для підприємств певних галузей;</li> <li>▪ послуги в секторі B2B;</li> <li>▪ послуги в секторі B2C;</li> <li>▪ спеціалізовані (специфічні) послуги;</li> <li>▪ змішані послуги</li> </ul>
Періодичністю використання	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ регулярні;</li> <li>▪ періодичні;</li> <li>▪ оперативні</li> </ul>

Розширення пропозиції логістичних послуг на вітчизняному ринку пов'язано в першу чергу з приходом міжнародних компаній на вітчизняний ринок. Лібералізація міжнародної торгівлі сприяє зростанню ринку логістичних послуг, тому логістичні послуги слід сприймати як комплекс послуг, які сприяють ефективній організації матеріальних потоків.

Отже, під логістичною послугою ми розуміємо комплекс послуг з виконання замовлення споживача на проведення роботи з організації та управління поточковими процесами з метою їх оптимізації. Параметри та умови логістичної діяльності визначаються основними характеристиками логістичних послуг: взаємозв'язок із джерелом; варіабельність якості; націленість (спрямованість) послуг; винятковість; послуги логістичного характеру, як і будь-які інші послуги, не можна зробити «про запас»; еластичність попиту послуги; оперативність.

### **Список використаних джерел**

1. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 12 ed. PrenticeHalleofIndia, 2007. 729 p.
2. Ballou, R.H. BusinessLogisticsManagement. 3ed., Prentice-Hall, Inc., 1992.
3. D. Riopel, A. Langevin, J.F. Campbell, Thenetworkoflogisticsdecisions, chapterpublishedin: A. Langevin, D. Riopel (Eds.), Logistics Systems: Definitionand Optimization, Springer, NewYork, 2005.