

	<b>ECONOMIES' HORIZONS</b> <b>Економічні горизонти</b> DOI: <a href="https://doi.org/10.31499/2616-5236">doi.org/10.31499/2616-5236</a> Homepage: <a href="http://eh.udpu.edu.ua">http://eh.udpu.edu.ua</a>		<b>ISSN</b> <b>2522-9273</b> <b>(print)</b> <b>2616-5236</b> <b>(online)</b>
---	--	---	--

UDC: 338.4:656

DOI: [10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.270796](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796)

*Olha Semenda, Uman National University of Horticulture  
PhD in Economics, Docent; Docent of the Department of marketing*

## КОНЦЕПЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ЛОГІСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ: ПЕРЕВАГИ, ПРОБЛЕМИ ТА СПОСОБИ ВИРІШЕННЯ CONCEPT OF CUSTOMER SERVICE IN THE LOGISTICS INDUSTRY: ADVANTAGES, PROBLEMS AND SOLUTIONS

***Анотація.** Важливою концепцією в роботі логістичних транспортних систем є логістичне обслуговування споживачів. Ця концепція базується на загальному масштабі ланцюга поставок. Традиційно компонентам ланцюга постачання було важко визначити свою роль у загальному обслуговуванні клієнтів, що надається кінцевим споживачам. Проте зростає тенденція до більшого усвідомлення своєї ролі не лише щодо торговельних партнерів, але й щодо кінцевого споживача.*

*Логістичне обслуговування споживачів є важливою частиною логістичної галузі. Клієнти довіряють свої відправлення логістичній службі та очікують отримати відмінне обслуговування. Якісне обслуговування споживачів розглядається як спосіб отримати постійних клієнтів і змусити їх повертатися, тому це питання актуальне для логістичного бізнесу.*

*В статті визначено процес обслуговування клієнтів у сфері логістики, описані етапи логістичного обслуговування. Проаналізовано важливість поліпшення обслуговування клієнтів у галузі логістики та надано поради щодо його покращення. Визначено проблеми в логістиці обслуговування споживачів та запропоновано способи визначення задоволення обслуговування клієнтів. Описані переваги покращення обслуговування та способи створення позитивного клієнтського досвіду.*

***Abstract.** An important concept in the operation of logistics transport systems is logistics customer service. This concept is based on the overall scope of the supply chain. Traditionally, it has been difficult for supply chain components to define their role in the overall customer service provided to end users. However, there is a growing trend towards greater awareness of their role not only in relation to trading partners but also to the end customer.*

*The logistics industry is responsible for the transportation and storage of goods. Improving customer service in the logistics industry can have many benefits. Better customer service can lead to higher levels of satisfaction, repeat business and recommendations. It can also lead to increased efficiency and lower costs. A well-run logistics operation depends on satisfied customers. When customers are satisfied with the service, they are more likely to use the same company again and recommend it to others. Improving customer service can also lead to increased efficiency and lower costs. By optimizing service operations, logistics companies can increase profitability by providing excellent service.*

*Logistics customer service is an important part of the logistics industry. Customers entrust their shipments to a logistics service and expect to receive excellent service. Quality customer service is seen as a way to create loyal customers and keep them coming back, so this issue is relevant for logistics business.*

*The article defines the process of customer service in logistics, describes the stages of logistics service. The importance of improving customer service in the field of logistics is analyzed and tips for its improvement are given. Problems in logistics customer service are identified and ways to determine customer service satisfaction are proposed. The benefits of improving customer service and ways to create a positive customer experience are described.*

*Customer service is extremely important in the world of logistics because of the highly synchronized and detailed planning and execution that is required to operate on a global scale. Improving customer service in the logistics industry can have many benefits. There are many reasons to focus on customer service, from increasing customer satisfaction to reducing costs. By following the developed tips, it is possible to improve the quality of service in the logistics business and ensure the company's competitiveness.*

**Key words:** *consumer, logistics, business, service, satisfaction, experience*

**Ключові слова:** *споживач, логістика, бізнес, обслуговування, задоволення, досвід*

**Постановка проблеми.** Логістична галузь відповідає за транспортування та зберігання товарів. Покращення обслуговування споживачів у галузі логістики може мати багато переваг. Краще обслуговування клієнтів може призвести до підвищення рівня задоволеності, повторних ділових контактів і рекомендацій. Це також може призвести до підвищення ефективності та зниження витрат. Добре керована логістична операція залежить від задоволених клієнтів. Коли клієнти задоволені

обслуговуванням, вони, швидше за все, знову скористаються тією ж компанією та порекомендують її іншим. Поліпшення обслуговування клієнтів також може призвести до підвищення ефективності та зниження витрат. Завдяки оптимізації операцій обслуговування логістичні компанії можуть підвищити прибутковість, забезпечуючи відмінний сервіс.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Результати аналізу серед наукових напрацювань вчених, присвячених логістичній

галузі, дозволили виділити роботи дослідників, серед яких Кобилух О., Гірна О.І. [1], Водолажська Т.О., Ачкасова Л.М. [2], Криворучко О.М., Овчаренко А.Г. [3], Шишкін В.О., Бахметова Я.Ю. [4], Комліченко О. [5], Шилова Т. [6], Мельник І.О., Власенко О.М., Червчук Е.В. [7], Клименко В.В., Новальська Н.І., Лозова Г.М. [8] тощо.

Логістична сфера перебуває в постійному процесі розвитку, що у свою чергу, вимагає постійного аналізу та визначення динаміки змін споживчого задоволення.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою дослідження є отримання розуміння проблем в логістиці обслуговування споживачів для більш точного прогнозування та більшої впевненості у правильному плануванні логістичної діяльності та створення позитивного клієнтського досвіду.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Обслуговування споживачів – це термін, який використовується для опису того, як компанії взаємодіють зі своїми клієнтами. З погляду логістики обслуговування клієнтів є результатом усіх логістичних дій або процесів ланцюга постачання.

Відповідні витрати на логістичну систему та дохід від логістичних послуг визначають прибуток компанії. Ці прибутки значною мірою залежать від обслуговування клієнтів, яке пропонує компанія [9].

Обслуговування споживачів часто використовується в діловому світі, але його значення може бути неоднозначним. Це пояснюється тим, що цей термін може охоплювати багато видів діяльності та поведінки, які сприяють загальному досвіду обслуговування. Обслуговування споживачів логістичної галузі пов'язане з переміщенням товарів з однієї точки в іншу та забезпеченням того, щоб вони прибули безпечно і вчасно передані.

Існують деякі стратегії в управлінні логістичним процесом, які включають стратегії інвентаризації, такі як прогнозування, рішення щодо інвентаризації, рішення щодо планування закупівель і поставок, рішення щодо зберігання тощо, транспортні стратегії, такі як транспортне планування, планування та вибір способу. Існують також стратегії, що включають аналіз розташування та планування мереж. Усі ці стратегії мають вирішальне значення для ефективного логістичного обслуговування споживачів (рис. 1).



Рис. 1. Планування логістичного обслуговування споживачів [10]

Планувальники логістики повинні зосередитися на певних підходах і функціях, щоб забезпечити якісне обслуговування споживачів. Такі підходи включають розбудову стратегічного процесу для надання високоцінних послуг клієнтам, своєчасні поставки,

забезпечення компромісу між витратами та послугами, підтримку гармонійних відносин між усіма партнерами в ланцюзі постачання, постійне підвищення задоволеності та лояльності клієнтів, а також створення конкурентного середовища на ринку (рис.2).

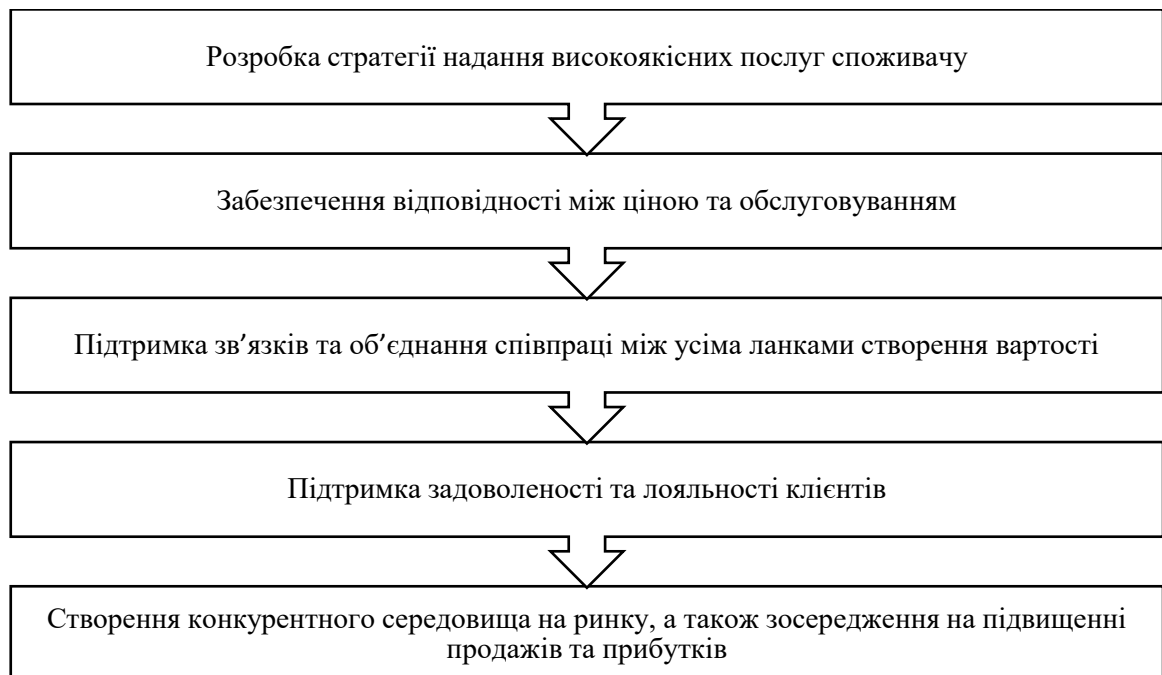


Рис. 2. Особливості обслуговування споживачів в логістиці [10]

Процес обслуговування споживачів у логістиці починається з початкового контакту з клієнтом, а саме по телефону, електронною поштою чи особисто. Під час цього початкового контакту логістична компанія повинна визначити потреби та вимоги клієнта. Вони також повинні надати клієнту інформацію про можливості компанії. Після визначення потреб клієнта логістична компанія розробляє план задоволення цих потреб. Цей план гарантує, що товари транспортуються безпечно, надійно та вчасно.

Наступним етапом процесу обслуговування споживачів є транспортування товару. Цей етап включатиме координацію кількох різних видів діяльності, включаючи завантаження та розвантаження товарів, планування маршрутів і управління будь-якими затримками або проблемами, які можуть виникнути в ланцюгу постачання. Протягом цього етапу логістична компанія повинна буде підтримувати регулярний контакт із клієнтом, інформуючи його про статус відправлення.

Заключним етапом процесу логістичного обслуговування споживачів є доставка товару клієнту. Цей етап передбачає розвантаження товару та доставку замовнику. Після того, як товар буде доставлено, логістична компанія проведе остаточну перевірку, щоб переконатися, що все узгоджено, а також скористаються можливістю, щоб подякувати клієнту за його замовлення.

Обслуговування клієнтів є важливою частиною процесу

логістики, і компанії повинні вживати заходів, щоб забезпечити найвищий рівень обслуговування. Є багато способів досягти цього, але деякі з найважливіших включають підтримку ввічливого спілкування з клієнтом, реагування на їхні потреби та виконання своїх обіцянок. Якщо логістичне обслуговування споживачів на низькому рівні це негативно позначиться на бізнесі.

Обслуговування включає процес обробки запитів і скарг клієнтів, а саме надання інформації про статус замовлення, відстеження відправлення та вирішення проблем з розрахунками. Представники служби підтримки споживачів мають нести відповідальність за продаж товарів або послуг клієнтам за допомогою спеціально розроблених додатків[11].

Поліпшення логістичного обслуговування споживачів може бути складним завданням, але важливо враховувати всі аспекти клієнтського досвіду. При створенні стратегії покращення обслуговування клієнтів слід враховувати кожен етап взаємодії, від початкового контакту до кінцевої доставки. Найважливішою частиною логістичного обслуговування є забезпечення виконання замовлень вчасно та згідно з обіцянками, це важливо для задоволення очікувань клієнтів. У разі виникнення проблем із замовленням необхідно негайно зв'язатися з клієнтом для вирішення проблеми.

Іншим важливим аспектом логістичного обслуговування споживачів є надання інформації для відстеження. Клієнти повинні мати

можливість відстежувати свої замовлення від початку до кінця. Ця інформація повинна оновлюватися в режимі реального часу, щоб клієнти завжди могли знати, де знаходиться їхнє замовлення та коли воно буде доставлено. Нарешті, дуже важливо створити процес розгляду скарг клієнтів. Скарги необхідно швидко розглядатися, клієнти повинні відчувати, що їхні проблеми почуті та будуть вирішені.

У галузі логістики є кілька ключових речей, про які слід пам'ятати, надаючи логістичні послуги: по-перше, важливо реагувати на запити та проблеми клієнтів, по-друге, необхідно надавати точну та актуальну інформацію про відправлення та, бути гнучким, щоб задовольнити потреби клієнтів. Забезпечення відмінного логістичного обслуговування може допомогти створити лояльність споживачів, зберегти позитивну репутацію та побудувати довгострокові відносини з споживачами.

Щоб покращити логістичне обслуговування споживачів необхідно:

- переконатися, що є чіткий і стислий процес обробки запитів і скарг клієнтів;

- зосередитися на навчанні співробітників обслуговуванню споживачів, це допоможе професійно та ввічливо проводити взаємодію з клієнтами;

- постійно відстежувати відгуки і використовувати їх для покращення обслуговування. Прагнення вдосконалювати обслуговування споживачів, є гарантією, що бізнес залишиться

конкурентоспроможним;

- використовувати інноваційні технології у своїх інтересах - чимало програм і онлайн-інструментів можуть допомогти оптимізувати процес обслуговування.

Задоволеність обслуговування споживачів вимірюється задоволеність по відношенню до отриманих послуг. Виміряти рівень задоволеності обслуговуванням можна збираючи відгуки від клієнтів щодо отриманих послуг. Зробити це можна за допомогою форм, спливаючих вікон, живого чату, онлайн-опитування або опитування електронною поштою. Для цього потрібно лише поставити запитання: «Чи були ви задоволені нашим сервісом?» Якщо ставити своїм клієнтам одне й те саме стандартизоване запитання, то можна з часом побачити тенденції та закономірності змін. Це допоможе визначити сфери для покращення та визначити пріоритети покращень, щоб підвищити загальну задоволеність клієнтів [12].

Багато компаній акцентують увагу на важливості якісного обслуговування споживачів, яка може дати їм конкурентну перевагу. Проблеми в логістичному обслуговуванні клієнтів можна розділити на дві категорії: операційні проблеми та людський фактор.

Операційні проблеми включають забезпечення точного та своєчасного виконання замовлень, доставку продукції клієнту в належному стані та оперативну обробку запитів. Людський фактор включає забезпечення того, щоб

представники служби обслуговування клієнтів були належним чином підготовлені та володіли необхідними навичками для надання якісних послуг.

Операційні проблеми в логістичному обслуговуванні споживачів може бути важко подолати, оскільки вони часто вимагають змін у тому, як компанія веде бізнес. Наприклад, якщо замовлення часто доставляються із запізненням, компанії може знадобитися інвестування в нове програмне забезпечення для відстежень замовлень та контролю часу доставки. Або, якщо продукти зазвичай пошкоджуються під час транспортування, компанії може знадобитися інвестування в кращі пакувальні матеріали. Ці зміни можуть бути дорогими та тривалими та не завжди можуть бути успішними.

Людський фактор у логістичному обслуговуванні споживачів може бути таким же складним для подолання, як і операційні проблеми. Наприклад, якщо представники служби підтримки клієнтів не пройшли відповідну підготовку, вони можуть бути не в змозі надавати якісні послуги. Або, якщо вони не мотивовані надавати якісні послуги, вони можуть не докладати для цього необхідних зусиль. Щоб представник служби підтримки клієнтів міг виконувати свою роботу якнайкраще, він повинен відчувати,

що його поважають та цінують, це забезпечує психологічний стимул і внутрішнє натхнення для найкращого обслуговування споживачів. Таким чином, задоволені представники служби підтримки клієнтів забезпечують хороше спілкування та обслуговування клієнтів. Крім того, якщо компанія не забезпечує соціальний пакет представникам служби підтримки клієнтів, вони можуть залишити свою роботу, посилюючи проблему.

Найкращий спосіб подолати труднощі в логістичному обслуговуванні споживачів - мати чітке розуміння проблем щоб мати змогу розробити стратегії їх подолання.

**Висновки.** Обслуговування споживачів є надзвичайно важливим у логістичній сфері. Саме споживач визначає репутацію компанії і тому якісне обслуговування є ключем до успіху. Щоб налагодити довгострокові відносини зі споживачами та завоювати лояльність, центр обслуговування споживачів повинен бути перенесений на стратегію, орієнтовану на клієнта. Дотримуючись розроблених порад, можна покращити якість обслуговування у логістичному бізнесі та забезпечити конкурентоспроможність компанії.

### References:

*Kobyliukh, O. & Hirna, O. (2022) Suchasni pidkhody do lohistrychnoho obsluhovuvannia kliientiv na osnovi vykorystannia CRM-systemy [Modern*

- approaches to logistics customer service based on the use of the CRM system]. *Akademichni vizii - Academic visions*, 10-11, 3–12. Retrieved from <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/> [in Ukrainian].
- Vodolazhs'ka, T.O. & Achkasova, L.M. (2022) *Modeliuvannia lohistychnykh stratehij pidpriemstva [Modeling of logistics strategies of the enterprise]*. *Ekonomika transportnoho kompleksu - Economy of the transport complex*, Kharkiv, 40, 170-183 [in Ukrainian].
- Kryvoruchko, O.M. & Ovcharenko, A.H. (2021) *Rozrobka stratehij iakosti lohistychnoho obsluhovuvannia spozhyvachiv [Development of strategies for the quality of logistics service for consumers]*. *Ekonomika transportnoho kompleksu - Economy of the transport complex*, 38, 61-76. Retrieved from <http://etk.khadi.kharkov.ua/article/view/249632/246995> [in Ukrainian].
- Shyshkin, V.O. & Bakhmetova, Ya.Yu. (2019) *Perspektyvy vykorystannia lohistychnoi stratehii iak umova zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Prospects for the use of logistics strategy as a condition for ensuring the competitiveness of the enterprise]*. *Modern Economics - Modern Economics*, 14, 296-300. Retrieved from [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-46](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-46) [in Ukrainian].
- Komlichenko, O. (2022) *Formuvannia lohistychnoi systemy ta ii vplyv na efektyvnist' diial'nosti pidpriemstva [Formation of the logistics system and its impact on the efficiency of the enterprise]*. *Grail of Science - Grail of Science*, 14-15, 125–127. Retrieved from <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.27.05.2022.017> [in Ukrainian].
- Shylova, T. (2020) *Model' vprovadzhennia proektu reinzhyrnyhu biznes-protsesiv u transportno-lohistychnij haluzi [The model of implementation of the business process reengineering project in the transport and logistics industry]*. *Ekonomika ta suspil'stvo - Economy and society*, 22. Retrieved from <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-86> [in Ukrainian].
- Mel'nyk, I.O., Vlasenko, O.M. & Cherevchuk, E.V. (2018) *Tsinoutvorennia v lohistychnij systemi [Pricing in the logistics system]*. *Efektivna ekonomika - Efficient economy*, 11. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6690>. DOI: 10.32702/2307-2105-2018.11.87 [in Ukrainian].
- Klymenko, V.V., Noval's'ka, N.I. & Lozova, H.M. (2022) *Orhanizatsiia prosuvannia transportno-lohistychnykh posluh na tsil'ovi rynky [Organization of promotion of transport and logistics services to target markets]*. *Aktual'ni problemy rozvytku ekonomiky rehionu - Actual problems of the development of the economy of the region*, Ivano-Frankivs'k, Vyd-vo Prykarpats'koho natsional'noho universytetu imeni Vasylia Stefanyka, 18,16-32. [in Ukrainian].
- Lytvynenko, C.L., Trehubov, O.S., Vojtsekhovs'kyj, V.S., Semenda, O.V., Popova,



- Yu.M. & Kajdakova, T.V. (2021) *Marketynh v pidpriemnyts'kij diial'nosti ta upravlinnia prodazhem lohistychnykh posluh [Marketing in business activities and management of the sale of logistics services]* Kyiv: «Kondor», 280p. [in Ukrainian].
- Sarder, M.D. (2021) *Logistics customer services. Logistics Transportation Systems*, 197–217. DOI: [10.1016/B978-0-12-815974-3.00008-3](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-815974-3.00008-3) [in USA]
- Semenda, O.V. (2022) *Marketynhovi stratehii zadovolennia potreb spozhyvachiv v lohistytsi [Marketing strategies for satisfying consumer needs in logistics]. Materialy VII Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi konferentsii kafedry marketynhu Umans'koho natsional'noho universytetu sadivnytstva «Stanovlennia ta rozvytok marketynhu v Ukraini: vid teorii do praktyky» - Materials of the VII All-Ukrainian Scientific and Practical Conference of the Department of Marketing of the Uman National University of Horticulture "Establishment and Development of Marketing in Ukraine: From Theory to Practice", (October 25, 2022) (p. 149-152). Uman: UNUS [in Ukrainian].*
- Semenda, O.V. & Korman, I.I. (2022) *Metodyka provedennia marketynhovykh doslidzhen' povedinky spozhyvachiv u virtual'nomu seredovyschi [The methodology of conducting marketing research of consumer behavior in a virtual environment]. «Věda a perspektivy» - «Věda a perspective», 1(8), 60-71. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71) [in Ukrainian].*