

Первичные и вторичные критерии выбора логистического партнера



ОРАМЕТОВ ЭЗИЗ

ВОПРОСЫ



Каковы критерии выбора логистических посредников?

Первичные критерии выбора логистического партнера в сфере дистанционной торговли

Вторичные критерии выбора логистического партнера в сфере дистанционной торговли

Вопрос №1 Каковы критерии выбора логистических посредников?

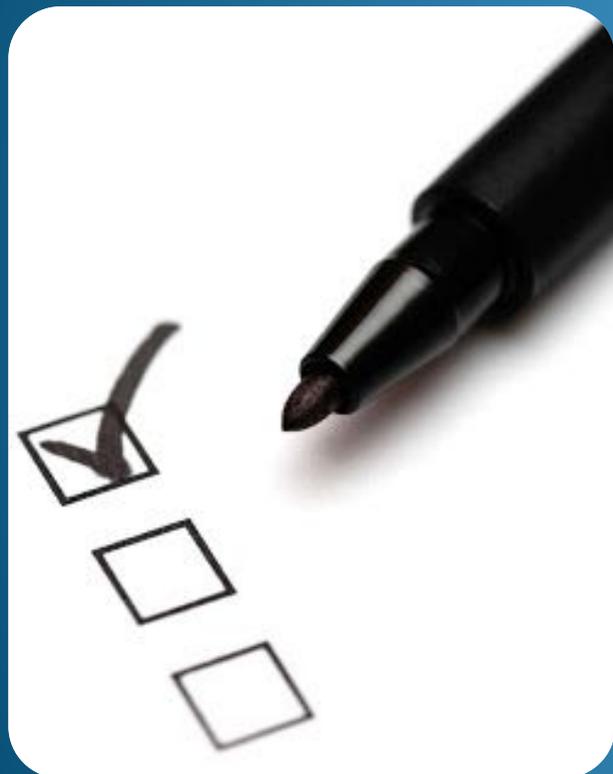
При выборе альтернативы обычно исходят из определенной системы критериев:

затраты на создание и эксплуатацию собственного парка транспортных средств (аренду, лизинг подвижного состава)

затраты на оплату услуг транспортных, транспортно-экспедиционных фирм и других логистических посредников

скорость (время)

качество (надежность доставки, сохранность груза и т.п.)



Логистические процедуры выбора включают:

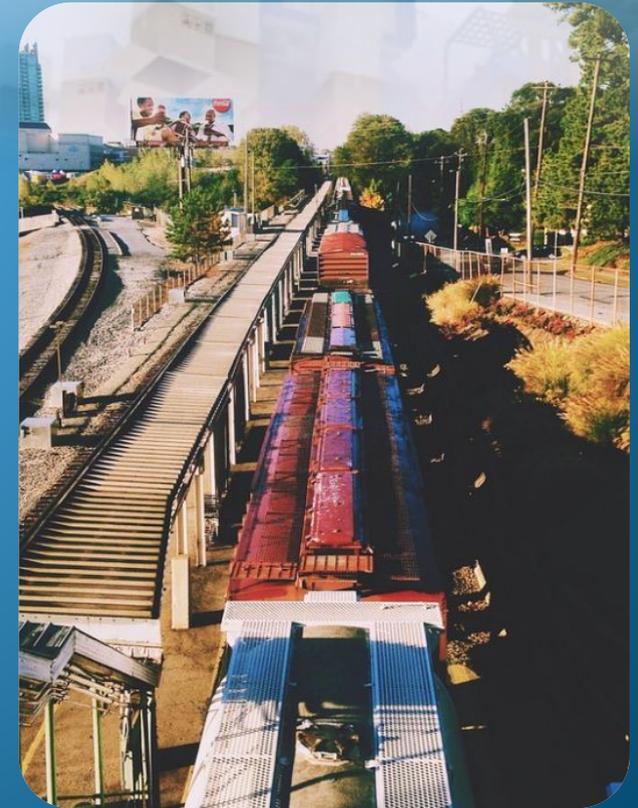


выбор вида транспортировки (способа перевозки или системы доставки грузов)

выбор вида (или нескольких видов) транспорта

выбор основных и вспомогательных логистических посредников

Все указанные процедуры выполняются на основе одного или системы критериев при соблюдении заданных ЛС ограничений. Эти ограничения обусловлены целями логистической стратегии фирмы или факторами окружающей макро- и микроэкономической среды



К основным критериям выбора способа транспортировки и вида транспорта относятся:

минимальные затраты на транспортировку

согласованное время транзита (доставки груза)

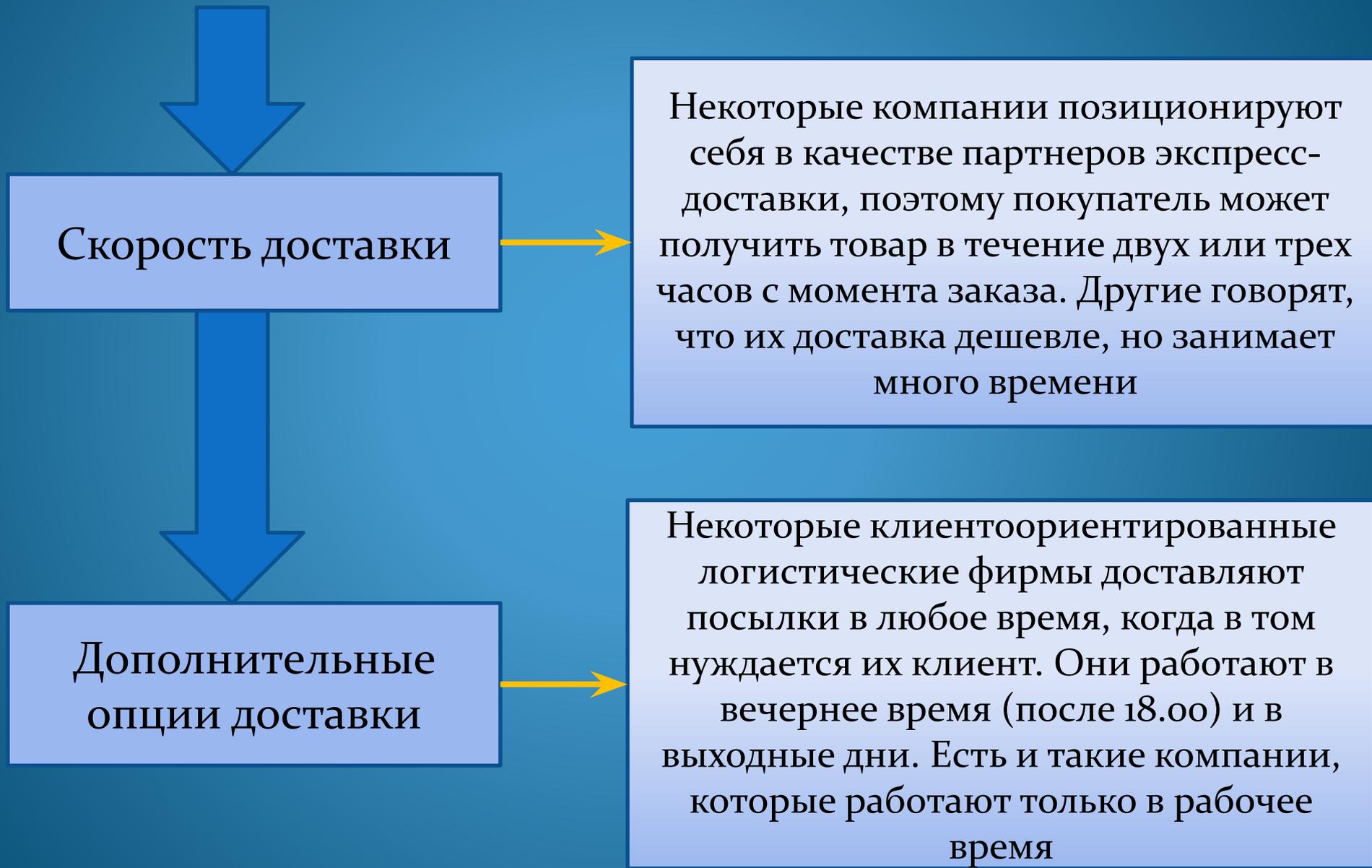
максимальная надежность и безопасность

минимальные затраты (ущерб), связанные с запасами в пути

мощность и доступность вида транспорта

продуктовая дифференциация и прочие

Вопрос №2 Первичные критерии выбора логистического партнера в сфере дистанционной торговли



Время возврата
денежных средств



Для интернет-магазина крайне важна оборачиваемость денежных средств, поэтому он тщательно следит за частотой и своевременностью выплат его денег от курьерской компании

Соблюдение сроков
доставки



Логистические компании имеют сетки тарифов, где заявляют сроки доставки до каждого города, куда возят. Если эти сроки не соблюдаются, клиент не доволен качеством интернет-магазина, лояльность падает

Территориальный
охват доставки



Интернет-магазины могут иметь покупателей во всем мире. В зависимости от этого факта, они могут иметь различные требования к территориальному охвату своего партнера

Наличие пунктов
вывоза заказов (ПВЗ)
и постаматов

Пункты вывоза заказов и постаматы, вопреки мнению магазинов, являются дополнительными каналами продаж для электронной торговли

Предоставляемые
услуги

Помимо основных услуг по доставке, есть много дополнительных. Для того, чтобы иметь конкурентное преимущество и выделиться на рынке логистических услуг компании создают новые услуги для клиентов

Категории товаров

Чаще, логистические компании не имеют возможность поставлять все категории товаров

Вопрос №3 Вторичные критерии выбора логистического партнера в сфере дистанционной торговли

Требования небольших интернет-проектов



Тарификация



Отсутствие явных
рисков



Четкая система учета
заказов и возвратов



Легкий старт



Требования крупных интернет-проектов



Узнаваемость бренда на
рынке



Логистический партнер
не инвестиционный
проект



Уже действующий бизнес



Надежность

ВЫВОДЫ

В процессах осуществления закупок и доставки МР, а также дистрибьюции ГП потребителям фирма-производитель может использовать различные варианты транспортировки, виды транспорта, а также различных логистических партнеров (посредников) в организации доставки продукции к конкретным пунктам логистической цепи

При выборе альтернативы обычно исходят из определенной системы критериев, к которым относятся: затраты на создание и эксплуатацию собственного парка транспортных средств (аренду, лизинг подвижного состава); затраты на оплату услуг транспортных, транспортно-экспедиционных фирм и других логистических посредников в транспортировке; скорость (время) транспортировки; качество транспортировки (надежность доставки, сохранность груза и т.п.)

К основным критериям выбора способа транспортировки и вида транспорта относятся:

- минимальные затраты на транспортировку;
- согласованное время транзита (доставки груза);
- максимальная надежность и безопасность;
- минимальные затраты (ущерб), связанные с запасами в пути;
- мощность и доступность вида транспорта;
- продуктовая дифференциация и др.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!