

第十一章物流服务3物流服务中的问题及对策 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/238/2021_2022__E7_AC_AC_E5_8D_81_E4_B8_80_E7_c31_238667.htm

这样很难保持竞争优势。今后，企业要想确立一种物流服务水平，保持竞争优势，必须注意以下各点：(1)只是把物流服务水平看作是一种销售竞争手段而不做出清晰的规定。批发商和零售商的要求必将升级，以至企业无法应付。现在，批发商或零售商或是由于销售情况不稳定或是由于没有存放货物的地方，或是为了避免商品过时，都在极力减少库存。如果他无节制地要求多批次、小批量配关，或进行多批次地库存补充，物流工作量将大大增加，物流成本必然提高。为防止这种服务水平的升级，必须建立新的物流服务，机制，提出物流服务决策

。(2)许多企业还在用同一水平的物流服务，对待不同的顾客或不同的商品。企业应把物流服务当作是有限的经营资源，在决定分配时，要调查顾客的需求根据对公司销售贡献的大小（即购买公司商品的多少-译者）将顾客分成不同层次，按顾客的不同层次，决定不同的服务和不同的服务水平。商品也有增长率高、市场份额大和增长率低、市场份额小的不同，根据商品的不同情况，从战略的角度出发提供物流服务也是很重要的。如上所述，将物流服务水平作为销售战略的一环来考虑是关键。(3)物流部门应定期对物流服务进行评估。检查销售部门或顾客有没有索赔、有没有语配、晚配、事故、破损等等。通过征求顾客意见等办法了解服务水平是否已经达到标准；成本的合理化达到何种程度，是否有更合理的办法等等。(4)物流服务水平依据市场形势、竞争对手情况、

商品特性和季节等时时刻刻都有变化。物流部门应有掌握这种变化的情报系统。据说在美国物流服务包括在对顾客的服务之中，负责这方面工作的部门和系统十分完备，日本现在也已具备条件建立提高物流服务质量，向顾客提供满意的物流服务的管理机构和负责体制。(5)销售部门大多认为为了扩大销售，应该无限制地接受顾客对于物流的要求。这是物流系统无法承受的，应该形成一种从盈亏的角度考虑是否合算的氛围。(6)物流服务水平在不断变化。作者以为作为物流服务来说，今后提供新信息的服务将日益重要。过去主要是提供交货日期、库存、再进货、到货日期、脱销等情况和运输中的商品信息与追踪信息，今后为适应特约商店、零售商店简化业务手续的需要，提供传票样式的统一商品接收总计表待信息服务将更为重要。(7)现在的物流服务要放在社会系统的大范围内来处理。企业需要认真考虑环保、节能、节约资源及至废弃物回收等问题。目前已经到了企业要认真进行废弃物回收服务，而不能再将旧电视机和使用过的瓶罐等废弃物作为普通废弃物交给政府来处理的时候了。为减少交通混乱、道路拥挤等交通公害，厂家冲破互相竞争的壁垒，推进共同配送的日子也即将到来。(8)物流服务将作业社会系统的一环受到人们的评判。那么，物流服务要素及水平应当怎样确定呢？物流服务是向顾客服务的重要要素，是与顾客进行交易的条件之一。如何确定物流服务水平，在销售战略上具有着重要意义。因此，物流服务水平的确定应属于企业的重要决策。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com