

УДК 658.152

## СЕРВИСНАЯ ЛОГИСТИКА КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ БИЗНЕСА

А.Г. БАРАЧЕНЯ

(Представлено: А.Г. САМОЙЛОВА)

*В условиях глобализации, роста конкуренции на мировом, национальных, региональных рынках существенно возрастает роль качественного обслуживания потребителей. Разработка и реализация социальных программ в разных странах, развитие индустрии сервиса и концентрация в ней все большего числа предприятий и занятого населения предопределили выделение сервисной логистики в качестве самостоятельной функциональной области логистики. В статье рассмотрено понятие «логистический сервис» и показатели его качества.*

Сервисная логистика сегодня – это одна из наименее разработанных сфер с точки зрения теоретического и методологического аппарата. Несмотря на важность сервиса, до сих пор отсутствуют эффективные способы оценки его качества, что объясняется рядом особенностей сервиса в сравнении с продуктовыми характеристиками.

Прежде чем рассмотреть особенности сервиса и его показатели качества, определим, что же такое логистический сервис. Мнения и представления различных ученых изложены в таблице 1.

Таблица 1

Определение понятия «Логистический сервис»

Автор	Определение
П. А. Дроздов	Логистический сервис – управление цепью поставок товарной продукции по критерию минимума совокупных логистических издержек, связанных с обеспечением требуемого уровня ее продвижения на рынки сбыта, а также предпродажного и послепродажного обслуживания [1, с. 190].
Т. Н. Скоробогатова	Логистический сервис – совокупность нематериальных логистических операций, обеспечивающих максимальное удовлетворение спроса потребителей в процессе управления материальными и информационными потоками, наиболее оптимальным, с точки зрения затрат, способом [2, с. 86].
Т. В. Алесинская	Логистический сервис неразрывно связан с процессом распределения и представляет собой комплекс услуг, оказываемых в процессе заказа, покупки, поставки и дальнейшего обслуживания продукции [3, с. 280].
А. М. Гаджинский	Логистический сервис – процесс координации логистических операций, необходимых для оказания услуг наиболее эффективным способом с точки зрения затрат и удовлетворения запросов потребителей [4, с. 122].
О. В. Блейхер	Логистический сервис неразрывно связан с процессом распределения и представляет собой комплекс услуг, оказываемых в процессе поставки товаров [5, с. 92].
О. Б. Морозов	Логистический сервис – это любые методы, техники, технологии взаимодействия компании с клиентом для обеспечения непрерывной связи между моментом заказа и получения продукта с целью долгосрочного удовлетворения потребностей клиента [6, с. 212].
И. В. Павлюченко	Логистический сервис – это совокупность услуг, оказываемых в процессе поставки товара потребителю, которые являются завершающим этапом продвижения материального потока по логистической цепи [7, с. 72].

*Примечание: собственная разработка автора.*

Таким образом, под логистическим сервисом понимается совокупность функций, видов деятельности, услуг и нематериальных логистических операций в процессе управления потоками с целью удовлетворения запросов потребителей. В отличие от существующих понятий предлагаемое определение более полно охватывает все компоненты, необходимые для качественного функционирования логистического сервиса (материальные, финансовые и информационные потоки, удовлетворение запросов потребителей).

Предметом логистического сервиса является определенный набор соответствующих услуг, а объектом – с одной стороны, сам товар в его физической форме, с другой – различные потребители материального потока.

В условиях «рынка покупателя» продавец вынужден строить свою деятельность исходя из покупательского спроса. При этом спрос не ограничивается спросом на товар. Покупатель диктует свои условия также в области состава и качества услуг, оказываемых ему в процессе поставки этого товара. В связи с этим появилось новое понятие – «сервисная логистика».

Особенности сервисной логистики определяют ее содержание. Основными задачами этой дисциплины являются: определение перечня услуг; обеспечение качества сервисных работ; проектирование, формирование, использование, оптимизация сервисной службы; организация движения ресурсов для оказания услуг потребителям; согласование функций послепродажного обслуживания.

В современных условиях логистический сервис может осуществляться на всех этапах процесса воспроизводства: производства, распределения, обмена и потребления. Это объясняется разнообразием видов предоставляемых услуг и ростом спроса на новые виды услуг. В сфере производства на микроуровне логистическое обслуживание осуществляется в рамках отдельного предприятия; в сферах распределения и обмена логистический сервис многофункционален (услуги транспорта, складские, экспедиторские, информационные, финансово-кредитные и др.); в сфере потребления (производственного и непроизводственного) логистический сервис подразумевает послепродажное обслуживание – гарантийное и послегарантийное.

Виды логистического сервиса предопределяют сервисную стратегию организации, оказывающей услуги. В связи с этим выделяют следующие основные этапы деятельности организации, формирующей систему логистического сервиса:

1. Сегментирование рынка услуг – процесс деления потребителей данного рынка на отдельные группы, каждая из которых предъявляет свой специфический спрос на рынке. Причем для каждой из этих групп необходимы различные услуги и комплексы маркетинга. Главной задачей при проведении сегментирования является выбор признаков сегментации. Обычно учитываются географические, демографические, социально-экономические, национально-культурные, личностные и поведенческие факторы [8].

2. Предложение пакета услуг. Пакет услуг формируется в результате принятия решений о концепции предложения услуг в данной организации, сфере оказываемых услуг, их качестве и уровне. При этом принимаются в расчет основные элементы, характерные для услуг: качества персонала, который будет их выполнять; процесс оказания услуг и физические доводы их предоставления [9, с 343].

3. Разработка и реализация концепции предложения пакета услуг.

4. Политика и стратегия ценообразования на рынке услуг. Умелое обращение с ценовой эластичностью услуг позволяет извлекать дополнительные конкурентные преимущества из бизнеса.

5. Продвижение и продажа услуг. Покупка услуг сопровождается большим риском, поскольку клиенту труднее оценить их качество. В связи с этим возрастает роль внешней информации, источниками которой могут выступать работники организации или клиенты [10].

Таким образом, использование логистического сервиса в организации значительно повышает конкурентоспособность товаров. Однако в условиях расширения рынка и все большего разделения труда важно качественное предоставление услуг.

Качество предоставляемых услуг – общность всех признаков и свойств одного продукта или услуги, которая относится к способности продукта или услуги выполнять оговоренные или подразумеваемые требования.

Управлять качеством – значит обеспечивать соответствие стандарту качества при определенных экономических условиях. Базовые логистические услуги должны предоставляться на всем рынке по единому стандарту. Стандартом качества являются и соглашения между партнерами по договору [11].

Качество услуги оценивается как минимум по двум его составляющим: техническому и функциональному аспектам.

Техническое качество определяет, что получает клиент, т.е. представляет собой материальное содержание услуги. Техническое качество относительно легко определить, оценить и сравнить.

Функциональное качество проявляется в том, как оказывается услуга, т.е. в способе ее оказания. Функциональное качество труднее объективно измерить, систематизировать и проконтролировать. Его восприятие клиентами зависит от склонностей, а возможно, и предубеждений последних [12].

Высокое качество оказываемых услуг достигается при соединении технической и функциональной эффективности. Поставщику услуг полезно знать, какое измерение качества важнее для клиента.

Комплексность логистических процессов, предполагающая наличие многочисленных мест стыковки, еще более усложняет оценку качества. Требуется системная концепция для анализа качества всего логистического канала. Основным регулирующим механизмом по обеспечению качества является серия нормативов Международной организации стандартизации DIN ISO 9000 (ISO 9000 — серия международных стандартов, описывающих требования к системе менеджмента качества организаций и предприятий [11]), в том числе:

DIN ISO 9000 – управление качеством и нормативы качества (руководство по выбору и использованию);

DIN ISO 9001 – система обеспечения качеством (модель для организации обеспечения качества дизайна, разработок, производства, монтажа и обслуживания клиентов);

DIN ISO 9002 – система обеспечения качеством (модель для организации обеспечения качества при производстве и монтаже);

DIN ISO 9003 – система обеспечения качеством (модель для организации обеспечения качества при заключительном контроле);

DIN ISO 9004 – управление качеством и элементы системы управления качеством (руководство).

Часть 2 DIN ISO 9004 адресована сфере услуг. Использование этих норм в логистическом сервисе возможно при разумном переносе понятий, особенно содержащихся в DIN ISO 9002, в логистическую деятельность [13].

Для функционирования европейского рынка важно создание унифицированной системы обеспечения качества в сфере предоставления услуг. Качество логистической услуги может быть оценено только после ее предоставления при сравнении с закрепленными в договоре требованиями, которые, по возможности, должны ориентироваться на унифицированные стандарты.

Показатели, которыми характеризуются виды сервисного обслуживания, достаточно многочисленны, их можно объединить в группы по следующим критериям: номенклатура, количество, качество, время, цена, надежность предоставления услуг.

Критерии удовлетворения потребительского спроса включают:

1. число отказов со стороны производителя и поставщика по объему продаж и каждому виду номенклатуры в связи с отсутствием производственных ресурсов или неэффективностью их использования в рассматриваемый период;

2. время поставок относительно среднерыночного времени поставок по каждому виду продукции;

3. число потребительских отказов в связи с отклонением цен от среднерыночных;

4. вероятность безотказного выполнения принятого заказа по времени и качеству.

Критерии уровня оказания услуг производственного назначения характеризуют:

1. виды предоставляемых услуг и возможные объемы их обеспечения по сравнению с аналогичными показателями конкурентов;

2. качество услуг в сопоставлении со среднерыночным уровнем качества;

3. время оказания услуг по сравнению со среднерыночным;

4. цену услуг в сравнении со среднерыночной;

5. вероятностную оценку безотказности оказания услуг по времени и качеству.

Критерии уровня послепродажного обслуживания следующие:

1. число отказов от выполнения заявок клиентов на обслуживание;

2. показатели качества обслуживания по каждому виду продукции в сопоставлении со среднерыночным уровнем качества;

3. временные характеристики обслуживания;

4. ценовые характеристики каждого вида обслуживания в сравнении со среднерыночной ценой;

5. вероятностная оценка безотказности выполнения каждого вида послепродажного сервиса по критериям качества и времени [12].

Таким образом, качество услуг, сопутствующих товару, является необходимым условием как удовлетворения покупателей, так и реализации стратегии организации в области сбыта товаров.

Подводя итог, стоит отметить, что логистический сервис играет ключевую роль в создании индивидуального преимущества организации за счет предоставления качественных услуг потребителям.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Дроздов, П.А. Основы логистики: учебное пособие / П.А. Дроздов. – Минск, 2008. – 211 с.
2. Скоробогатова, Т.Н. Логистика : учеб. пособие / Т.Н. Скоробогатова. – 2-е изд. – Симферополь : ООО «ДиАй-Пи», 2005. – 116 с.
3. Учебное пособие для подготовки к государственному итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки менеджера по специальности 080507 «Менеджмент организации», бакалавра менеджмента по направлению 080500 «Менеджмент» / Т.В. Алесинская [и др.]; под общ. ред. В.Е. Ланкина. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2006. – 304 с.
4. Гаджинский, А.М. Логистика : учебник для вузов / А.М. Гаджинский. – Изд. 12-е, перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2006. – 298 с.
5. Блейхер, О.В. Логистика : учеб.-метод. комплекс / О.В. Блейхер. – Томск : ТПУ, 2009. – 102 с.
6. Морозов, О.Б. Основы логистической теории в практике успешного ведения современного бизнеса : спец. курс. Лекционные материалы к курсу / О.Б. Морозов. – СПб., 2005. – 235 с.
7. Павлюченко, И.В. Логистика: краткий теоретический курс / И.В. Павлюченко. – Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 95 с.
8. Рынок услуг [Электронный ресурс] / Сегментирование рынка услуг-2015. – Режим доступа: [http://www.adload.ru/page/mark2\\_687.htm](http://www.adload.ru/page/mark2_687.htm). – Дата доступа: 17.09.2016.
9. Логистика : учеб. пособие / И.М. Баско [и др.] ; под ред. д-ра экон. наук, профессора И.И. Полещук. – Минск : БГЭУ, 2007. – 431 с.
10. БарГУ [Электронный ресурс] / Система продвижения услуг. – Барановичи, 2015. – Режим доступа: <http://bargu.by/4180-sistema-prodvizheniya-uslug.html>. – Дата доступа: 17.09.2016.
11. Сервис [Электронный ресурс] / Управление качеством. – 2016. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Управление\\_качеством](https://ru.wikipedia.org/wiki/Управление_качеством). – Дата доступа: 17.09.2016.
12. Сервисная логистика [Электронный ресурс] / Понятие логистического сервиса. – 2015. – Режим доступа: <http://studopedia.info/4-50096.html>. – Дата доступа: 17.09.2016.
13. Международная стандартизация качеством [Электронный ресурс] / ISO 9000. – 2016. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ISO\\_9000](https://ru.wikipedia.org/wiki/ISO_9000). – Дата доступа: 17.09.2016.