

Астафьева К.А. Система логистического обслуживания в организации / К.А. Астафьева, Г.Г. Левкин // Актуальные проблемы развития региональной экономики: материалы II-й Всеросс. науч.-практ. конф. Махачкала: Издательский дом «Наука плюс», 2016. С. 53-57.

СИСТЕМА ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Астафьева К.А., студентка, ФГБОУ ВО «Омский государственный университет путей сообщения»

Левкин Г.Г., кандидат ветеринарных наук, доцент кафедры экономики транспорта, логистики и управления качеством, ФГБОУ ВО «Омский государственный университет путей сообщения»

Аннотация

В статье рассмотрена характеристика системы формирования логистического сервиса. Особое внимание уделяется взаимосвязи элементов логистического сервиса с формированием качества предоставляемых услуг. Выявлена необходимость оценки уровня логистических услуг для измерения качества обслуживания клиентов.

Ключевые слова: логистика, логистический сервис, система логистического сервиса, функции логистического сервиса, элементы логистического сервиса.

E-mail: christina.astafeva@yandex.ru

Annotation

The article describes the system of formation of logistics service functions that it performs. Particular attention is paid to the relationship of elements of logistical service to the formation of the quality of services. The necessity of assessing the level of logistics services to measure the quality of service.

Keywords: logistics, logistics services, logistics service system, logistics service functions, elements of logistics service.

E-mail: christina.astafeva@yandex.ru

Повышение уровня логистического обслуживания клиентов становится одной из главных задач, которые стоят перед организацией в условиях высокой конкуренции на рынке товаров и услуг. Совершенствование и развитие сервиса можно рассматривать как часть процесса товародвижения и повышения качества обслуживания, так как при наличии на рынке нескольких поставщиков с одинаковыми по качеству товарами потребитель предпочтет того поставщика, который в процессе выполнения заказа будет способен обеспечить более высокий уровень сервиса.

Цель исследования - изучить особенности формирования системы логистического обслуживания в организации.

При формировании системы логистического сервиса в организации выполняются следующие действия:

- организация процессов, которые смогут обеспечить предоставление логистических услуг клиентам;

- разработка системы ключевых показателей эффективности, которые будут позволять оценивать эффективность логистического обслуживания;

- налаживание контроля за ключевыми показателями эффективности и их анализ;

- выявление причин, которые вызывают отклонения показателей и принятие мер по их устранению.

При управлении сервисными потоками выполняются следующие функции: сбор информации о предлагаемых услугах и прогнозирование объема сервисных работ; осуществление подбора персонала и составление расписания рабочих графиков; обучение персонала; создание баз данных и взаимодействие с клиентами; системное планирование сервисной сети; контроль выполнения услуг.

Задачи, которые связаны с логистическим обслуживанием клиентов, зависят от качества межфункциональных связей между подразделениями предприятия, то есть координации отдела логистики с разными службами компании.

Формирование системы логистического сервиса компании представлено на рисунке 1.

К анализу рынка потребителей относится: сегментация потребительского рынка по категории востребованности услуг, определение перечня востребованных услуг.

К анализу рынка конкурентов относится: определение предлагаемых услуг, анализ рыночной стоимости предоставляемых услуг.

В разработку политики обслуживания клиентов входит: ранжирование услуг, востребованных на рынке потребителей и анализ возможностей фирмы по предоставлению услуг.

К разработке стандартов услуг относятся: определение перечня услуг, определение операций в рамках осуществляемой услуги и определение тарифов на услуги с учетом факторов влияния.

Оценка предоставляемых услуг клиентов занимается разработкой систем показателей по каждой услуги, а так же определением уровня обслуживания клиентов [3].

Задачей маркетинга является разработка политики обслуживания на основании стандартов логистических услуг, которые предполагает отдел логистики. Для разработки стандартов отделом логистики, отдел маркетинга должен провести анализ рынка потребителей, затем сегментировать базу потенциальных клиентов по самым востребованным услугам, и определить какие услуги являются наиболее важными для разных сегментов потребителя.

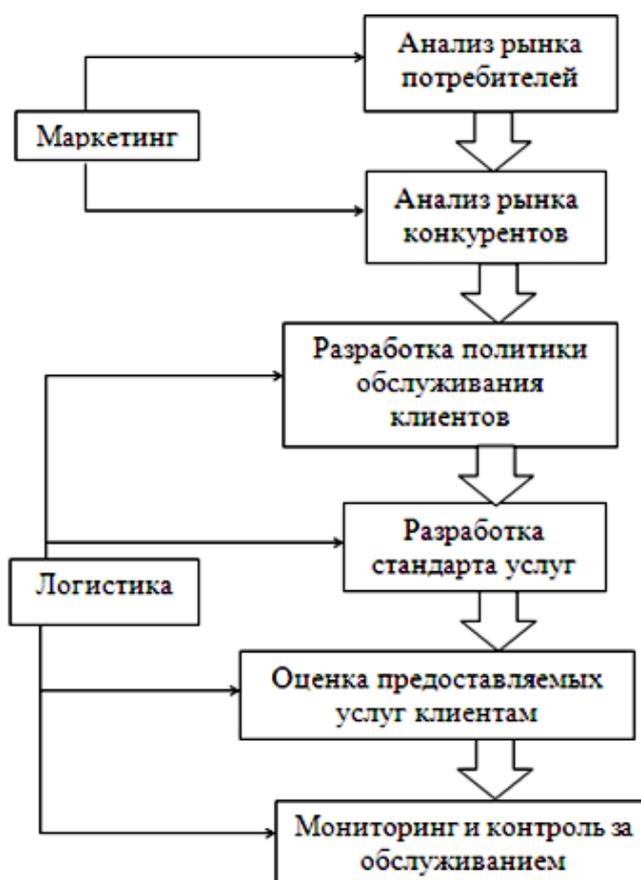


Рисунок 1 – Логистика и маркетинг в процессе формирования системы логистического сервиса

Отдел логистики, в свою очередь, рассчитывает все возможные варианты для разных уровней логистического сервиса, это отражается в процедуре формирования системы логистического сервиса. Затем разрабатываются показатели для оценки качества

предоставляемых услуг отдельно и оценки логистического сервиса в целом, в итоге эти показатели должны быть согласованы.

Рассмотрим составляющие части логистического сервиса [2]. Элементы логистического сервиса представлены в таблице 1.

Исходя из содержания таблицы 1, можно сделать вывод, что элементы обслуживания потребителей до продажи, в процессе и после продажи товара формируют качество предоставляемых услуг. Именно эти элементы являются основой системы измерения качества логистического сервиса.

Таблица 1 – Элементы логистического сервиса

Этапы логистического сервиса	Оказываемые услуги
Предпродажное обслуживание	Письменные формулировки политики компании, доведение до потребителей заявлений о политике компании, управленческие услуги
Обслуживание в процессе продажи	Отсутствие дефицита продукции, информация о состоянии заказа, цикл выполнения заказа, перераспределение продукции, ускоренная отправка груза, заменяемость продукта
Послепродажное обслуживание	Монтаж, установка, гарантии, доработка, ремонт, запасные части, временная замена продукции, претензии потребителей, жалобы, возврат продукции

Качество логистического сервиса измеряется в связи с ожиданиями покупателей. Формировать качество логистического обслуживания можно на основе личных потребностей покупателей, прошлого опыта, речевых коммуникаций от других покупателей об услугах, которые они собираются приобрести, а также через внешние коммуникации.

Для измерения качества сервиса необходимо оценить уровень логистического сервиса. Есть три уровня: базовый уровень, «совершенный заказ», сервис с добавленной стоимостью [1].

Базовый уровень – это минимальный уровень поддержки логистического сервиса, и обеспечивается всем потребителям. Выражается в показателях: доступности (наличие запасов там, где они нужны потребителям); функциональности (передерживание сроков

заказов, скорость их осуществления, с наименьшим уровнем бракованной продукции); надежности (поддерживание планового уровня доступности).

«Совершенный заказ» – это обслуживание потребителя в любое время, и исполнение заказа должно быть безупречным.

Сервис с добавленной стоимостью – это усовершенствование услуг, которые партнеры совершают совместно для повышения эффективности своей деятельности. К таким услугам относятся услуги альтернативного распределения товара, подбор и доставка товара, необходимого для поддержания производства.

На основе уровней логистического сервиса можно сделать вывод, что оказание качественного логистического сервиса – это деятельность всех подразделений организации по предоставлению услуг, которые в наибольшей степени соответствуют уровню требований потребителя. Поэтому, если сотрудники одного отдела организации не качественно выполняют свои задачи, усилия в других отделах будут напрасными.

Рассмотрев содержание логистического сервиса, можно сделать вывод, что основной проблемой отечественных предприятий является неправильная организация системы логистического сервиса. Сопутствующими причинами не качественного оказания логистических услуг является неправильное распределение функциональных обязанностей сотрудников, отсутствие согласованности между подразделениями предприятия.

Таким образом, разработка и внедрение системы логистического сервиса на предприятиях разных отраслей промышленности и сфер торговой деятельности является важной стратегической задачей в условиях высокой конкуренции на рынке. Для создания конкурентоспособной модели обслуживания клиентов необходима четкая и согласованная работа всех подразделений предприятия и учет мнений ключевых потребителей.

Литература:

Бауэрсокс Д. Дж. Логистика. Интегрированная цепь поставок / Дж. Доналд , Д. Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс. М.: Олимп-Бизнес, 2005. 640 с.

Дыбская В. В. Логистика. Полный курс МВА, учебник / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова. М.: Эксмо, 2008. 944 с.

Пермякова С. Г. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности / С. Г. Пермякова // Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями. 2015. № 47. С. 255-257.

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ

Фамилия Астафьева

Имя Кристина

Отчество Александровна

Место работы Омский государственный университет путей сообщения

Должность Студент

Ученая степень, звание -

Адрес с индексом Россия, г.Омск, п.Ростовка, ул. 4 Новая, д. 6 . Индекс - 644527

Телефоны (раб., дом., моб.) 8-983-114-95-97

Факс -

E-mail christina.astafeva@yandex.ru

Тема доклада Система логистического обслуживания в организации

Секция Инновационная политика и модернизация региональной экономики;

Форма участия (очная, заочная) заочная

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ

Фамилия Левкин

Имя Григорий

Отчество Григорьевич

Место работы ФГБОУ ВО ОмГУПС

Должность доцент кафедры экономика транспорта, логистика и управление качеством

Ученая степень, звание: к. вет. наук, доцент

Адрес с индексом 644046, Омская обл., г. Омск, проспект Маркса, 35

Телефоны (раб., дом., моб.) 89059238429

Факс

E-mail: lewkin_gr@mail.ru

Тема доклада Система логистического обслуживания в организации

Секция Инновационная политика и модернизация региональной экономики;

Форма участия(очная, заочная)