

**Жилинская Наталья Андреевна**

старший преподаватель

**Иванов Владимир Иванович**

канд. экон. наук, доцент

Витебский филиал

УО ФПБ «Международный университет «МИТСО»

г. Витебск, Республика Беларусь

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА**

*Аннотация: в статье рассматриваются значение и сущность логистического сервиса, показатели его качества, характеристики базового уровня сервиса и услуг с добавленной стоимостью. Описывается формирование подсистемы логистического сервиса. Анализируется развитие сектора услуг как фактор экономического роста.*

*Ключевые слова:* услуга, логистический сервис, сервисное обслуживание, потребительский спрос, базовый уровень сервиса, добавленная стоимость, производители логистических услуг.

Сегодня, в современном мире сектор услуг стал крупнейшим сегментом и движущей силой развития экономики, способствуя увеличению валового внутреннего продукта, развитию торговли и росту занятости. Этот сектор в большей степени, чем другие, содействует повышению производительности и экономическому росту в силу своей взаимосвязанности с производством и другими услугами.

Услуги также являются катализатором расширения региональных и глобальных цепочек создания стоимости. Кроме того, они обеспечивают решение многих важных социальных функций в области здравоохранения, образования, финансов, энергетики, транспорта и телекоммуникации, необходимых для достижения целей устойчивого развития [1, с. 113].

В современной экономике отчетливо проявляется направление развития совокупного предложения «товара-услуги». Покупатель фактически приобретает

не только товар как физический объект, но одновременно и услуги, сопутствующие его продаже.

Для большинства потребителей важно даже не само предложение, а скорее субъективный способ его восприятия.

В связи с этим одним из сильнейших средств в конкурентной борьбе за рынки сбыта является серьезное отношение к интересам потребителей в сфере деловых услуг [2, с. 477].

Услуги (англ. services) – виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности. Таким образом, само оказание услуг создает желаемый результат [3, с. 425].

Услуга как продукт труда имеет потребительскую стоимость, и это предопределяет ее товарный характер, который выражается в способности быть реализованной потребителям как своеобразный товар. Эта черта роднит услуги с материальным товаром.

Большое количество звеньев логистических систем и логистических посредников являются, по существу, организациями сервиса, в которых услуги неразрывно связаны с продуктом, распределяемым, продвигаемым и продаваемым на различных участках логистической цепи. При этом стоимость сервисных услуг может значительно превосходить затраты непосредственно на производство продукции.

Таким образом, понятие логистического сервиса можно сформулировать как совокупность нематериальных логистических операций, обеспечивающих максимальное удовлетворение спроса потребителей в процессе управления материальными, финансовыми и информационными потоками, наиболее оптимальным, с точки зрения затрат, способом. Объектом логистического сервиса являются различные потребители материального потока [4, с. 333].

Выделяют три основные группы логистического обслуживания:

2 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

– предпродажные, т. е. работы по формированию системы логистического обслуживания. До начала процесса реализации работа в области логистического сервиса включает в основном определение политики организации в сфере оказания услуг, а также их планирование;

– работы по оказанию логистических услуг, осуществляемые в процессе продажи товаров; исполнение заказа; обеспечение надежности; предоставление информации;

– послепродажный логистический сервис, например гарантинное обслуживание.

Необходимо отметить разделение базового уровня сервиса и услуг с добавленной стоимостью. В логистической деятельности базовый уровень сервиса означает такое обслуживание, которое может быть обеспечено всем потребителям. Причем не вправе произвольно нарушать свои базовые сервисные планы, ограничивая круг потребителей группой избранных клиентов.

Базовый уровень – это минимальный уровень логистической поддержки, который предоставляется всем потребителям.

При разработке планов базового сервиса следует досконально изучить ожидания потребителей. Практически в каждой отрасли действует хотя бы одна организация, полагающаяся на логистику как основную стратегию завоевания лояльности потребителей. Она направляет ресурсы на обеспечение высокого базового уровня обслуживания, и конкурентам очень сложно с ней соперничать. В тоже время такая политика ведет к общему росту потребительских ожиданий.

Услуги с добавленной стоимостью предполагают совершение уникальных или особых действий, которые организации-партнеры осуществляют совместно ради повышения своей производительности и эффективности в работе укрепления договорных отношений. Они существенно отличаются от логистического сервиса на базовом уровне.

Обслуживание с добавленной стоимостью охватывает многие виды деятельности, стимулирующие хозяйственную активность. К ним относятся: услуги, ориентированные на потребителя; услуги, ориентированные на стимулирование

продаж; услуги, ориентированные на производителя; услуги в режиме реального времени; базовые услуги [4, с. 329].

По мнению Г.В. Турбан, оказываемые с высокой долей добавленной стоимости услуги позволяют повысить конкурентоспособность и других секторов экономики, а поддержка производства и услуг с низкой добавленной стоимостью может привести к снижению темпов экономического роста [1, с. 114].

Обратим внимание на подсистему обслуживания потребителей, которая занимает особое место в логистической системе и имеет несколько особенностей.

Первая особенность состоит в том, что потребитель, на которого направлен логистический сервис, является частью системы, а не только ее целью. Поэтому при формировании подсистемы логистического сервиса потребителей необходимо рассматривать как специфический структурный элемент, интегрированный внешней средой в логистическую систему. Можно сказать иначе: целесообразность и качество интеграционных связей логистической системы с внешней средой определяется потребителями соответствующих услуг.

Другая особенность подсистемы обслуживания заключается в том, что именно она является базовой в обеспечении обратных связей между потребителями и продуцентами логистических услуг. С одной стороны, наличие и структура потребительского состава зависят от уровня логистического обслуживания, а с другой – уровень логистического обслуживания помогает продуцентам не только привлечь нужных потребителей, но и определенным образом структурировать их состав.

В целом эффективность той или иной логистической системы оказывает прямое влияние на ее устойчивость в организационном, технологическом, маркетинговом и прочих аспектах [2, с. 495].

Необходимо отметить также показатели качества логистического сервиса. Качество услуги оценивается как минимум по двум составляющим: техническому и функциональному аспектам.

*Техническое качество* определяет, что получает клиент, т.е. представляет собой материальное содержание услуги.

4 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

---

*Функциональное качество* проявляется в том, как оказывается услуга, т.е. в способе ее оказания.

Широкая номенклатура логистических услуг и значительный диапазон, в котором может применяться их качество, влияние услуг на конкурентоспособность организации и величину издержек, а также ряд других факторов подчеркивают необходимость для фирмы иметь точно определенную стратегию в области логистического обслуживания потребителей.

Качество сервиса в логистике будет определяться совокупным ожиданием покупателя в смысле минимальных расхождений между ожиданиями и фактическими параметрами, хотя оценка расхождения и самих измерений будет субъективна. Наиболее важными параметрами измерения качества сервиса будут следующие: осозаемость, надежность, ответственность, законченность, доступность, безопасность, вежливость, коммуникабельность, взаимопонимание с клиентом.

Также для оценки качества логистического обслуживания применяют и другие критерии [4, с. 354].

Важность сервиса непрерывно возрастает, что объясняется многими причинами, в частности социальными программами, принимаемыми различными странами; развитием общей индустрии сервиса и концентрацией в ней все большего количества организаций и трудоспособного населения; нацеленностью в своей деятельности многих организаций на конечного потребителя; развитием концепции всеобщего управления качеством в индустрии сервиса.

Однако оценка современного состояния сектора услуг свидетельствует о недостаточном, в сравнении с потребностями экономики и населения, его развитии. В настоящее время разрабатываются и реализуются меры по трансформации структуры данного сектора в направлении развития новых, высокотехнологичных услуг, ориентированных преимущественно на инновационные потребности производства. Одним из важнейших стратегических направлений развития инфраструктуры экономики является широкое применение во всех сферах современных информационных технологий [1, с. 122].

Как показывает опыт зарубежных стран, использование потенциальных выгод от развития услуг требует взвешенного подхода, основанного на фактических данных, наряду с выработкой нормативных и институциональных норм, адаптированных к местным условиям. Эффективность достижений в сфере услуг зависит от согласованной и координированной с другими областями, включая торговлю, инвестиции, промышленность и социальную сферу, политики.

### ***Список литературы***

1. Турбан Г.В. Развитие сектора услуг как фактор и возможность экономического роста / Г.В. Турбан // Белорусский экономический журнал. – 2017. – №3. – С. 113–123.
2. Николайчук В.Е. Логистический менеджмент: Учебник / В.Е. Николайчук. – М.: Дашков и К°, 2009. – 980 с.
3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – М.: Инфра-М, 1999. – 479 с.
4. Маргунова В.И. Логистика: Учеб. пособие / В.И. Маргунова [и др.]. – 2-е изд., испр. / Под общ. ред. В.И. Маргуновой. – Минск: Выш. шк., 2013. – 508 с.