

раина и Латвия занимают приблизительно одинаковое положение по отношению к дифференциации населения.

Квинтильный коэффициент - это соотношение между 20% высокооплачиваемых и 20% низкооплачиваемых категориями работников.

Наряду с использованием указанных индексов применяются интервалы дохода, кратные величине прожиточного минимума. В результате получается распределение населения по группам с одинаковой покупательной способностью.

Борьба с бедностью является важнейшим приоритетом социальной политики. С увеличением минимальной заработной платы, ростом средней заработной платы и среднедушевых денежных доходов предполагается, что доля населения с доходами ниже бюджета прожиточного минимума сократится к 2010 г. до 20 % (в 2004 г. – 57 %). Высокий уровень бедности влияет на тенденции обострения и других проблем жизнедеятельности семей, среди которых можно назвать малодетность, рост числа неполных семей, большую долю социально уязвимой группы детей, снижение воспитательных возможностей семьи.

Для решения проблем бедности, чрезмерного социального расслоения в Беларуси реализуются ежегодные программы занятости населения, государственные программы поддержки и развития предпринимательства, Концепция совершенствования оплаты труда, Президентская программа «Дети Беларуси», Основные направления государственной семейной политики, Государственная программа «Жилье», Программа по проблемам пожилых людей и др. Действует система социальной защиты, социальной страхования, где наряду с традиционными инструментами (пособиями, адресными субсидиями) используются и дополнительные меры защиты (оказание натуральной помощи, общественные работы, переподготовка кадров и др.).

Борьба с бедностью и нищетой занимает значительное место в политике зарубежных стран и международных организаций. Сокращение к 2015 г. уровня бедности и нищеты в 2 раза было названо на специальной сессии Генеральной Ассамблеи ООН, посвященной выполнению решений Встречи на высшем уровне в интересах социального развития (Копенгаген, 1995 г.) и Декларации тысячелетия (2000 г.), одной из восьми целей развития мирового сообщества.

Для Беларуси реальная возможность остановить экономическую и социальную деградацию - сделать свою экономику более эффективной.

УДК 658.7(476)

ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИКИ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В БЕЛАРУСИ

В.К. Егорова, Ю.Г. Коноплева

*УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Для развития экономики велся и продолжает вестись поиск новых форм и методов управления для ее оздоровления. К ним следует отнести в недалеком прошлом достижения кибернетики и компьютерной техники; к ним относятся в настоящее время достижения маркетинга и логистики.

Слово "логистика" происходит от греческого слова "logistike", что означает искусство вычислять, рассуждать. История возникновения и развития практической логистики уходит далеко в прошлое.

Логистику рассматривают как совокупность действий для комплексного управления циркуляционными и информационными потоками в сфере экономики и как междисциплинарную науку.

Работа по оказанию услуг, т.е. по удовлетворению чьих-либо потребностей, называется сервисом. Сервис неразрывно связан с распределением и представляет собой комплекс услуг, оказываемых в процессе заказа, покупки, поставки и дальнейшего обслуживания продукции. Показатель, характеризующий оценку сервиса, называется уровнем сервиса обеспечения потребительского спроса. Объектом сервиса являются потребители материального потока: производственные предприятия, различные распределительные центры и конечные потребители.

В условиях роста конкуренции на рынке существенно возрастает роль качественного обслуживания потребителей. Основными причинами этого являются: реализация социальных программ, развитие индустрии сервиса, нацеленность предприятий на конечного потребителя продукции и услуг и т.д. Поэтому, принимая во внимание актуальность решения проблем в сфере услуг, выделяют сервисную логистику в качестве важной части логистики, позволяющей повысить эффективность различных видов человеческой деятельности.

Важным критерием, позволяющим оценить систему логистического сервиса, является уровень сервиса. К изучению сервиса в логистике сложились два подхода:

- а) логистический сервис; б) сервисная логистика.

В настоящее время для обеспечения конкурентоспособности недостаточно выпускать качественный товар. В процессе поставки товара покупателю производитель оказывает сопутствующие услуги, т.е. старается удовлетворить потребности и спрос покупателя. Логистический сервис представляет собой комплекс услуг, оказываемых в процессе поставки товаров. Объектом логистического сервиса являются различные потребители материального потока. Осуществляется логистический сервис либо самим поставщиком, либо экспедиторской фирмой, специализирующейся в области логистического обслуживания.

Принимая во внимание актуальность решения проблем в сфере услуг, выделяют сервисную логистику в качестве важной части логистики, позволяющей повысить эффективность различных видов человеческой деятельности. В то же время, до сих пор отсутствует целостная концепция сервисной логистики, слабо проработаны её теоретический и методологический аппараты.

Сервисная логистика – это раздел логистики, в котором изучается оптимизация потоков услуг, предоставляемых предприятиями потребителям продукции, оказываемых друг другу партнерами по логистической цепи, а также внутрифирменных потоков. Выделяют два её уровня: сервисную макрологистику как составную часть предпринимательской логистики; сервисную микрологистику как часть логистики движения ресурсов, основным отличием которых является то, что предметом исследования сервисной макрологистики являются сложные логистические потоки, состоящие из материальных, финансовых и информационных потоков.

Цель сервисной логистики – управление потоками услуг (и связанными с ними материальными, информационными, финансовыми, кадровыми и другими потоками) для предоставления «внутренним» и «внешним» клиентам возможности получать требующиеся им услуги.

Виды сервисного обслуживания продукции характеризуются достаточно большим кругом показателей, которые можно объединить в группы по следующим критериям: номенклатура и количество, качество, время, цена, надежность предоставления сервиса (по показателям качества, времени и количества).

Услуги, предоставляемые покупателю, различаются в зависимости от этапа логистического обслуживания — предпродажного, этапа продажи товаров и послепродажного обслуживания. В соответствии с таким подходом выделяют: сервис потребительского спроса, включающий услуги, оказываемые на всех этапах; производственный сервис, предоставляющий услуги, направленные на эффективное использование закупленной продукции и выявление всех ее возможностей для производства новой продукции; сервис послепродаж-

ного обслуживания, охватывающий гарантийные работы, проведение ремонтных работ, подготовку ремонтного персонала, снабжение запасными частями, инфраструктуру сервиса, утилизацию старой продукции; сервис информационного обслуживания, определяемый объемом и разнообразием информации о продукции фирмы и ее сервисном обслуживании; финансово кредитный сервис, предлагающий покупателю разнообразные варианты оплаты товара.

Виды логистического сервиса предопределяют сервисную стратегию организации, оказывающей услуги. Чтобы эффективно удовлетворять потребности клиентов, организация должна выбрать целевые сегменты, а затем для каждого из них разработать действия, соответствующие ожиданиям покупателей. Ключевыми этапами комплекса маркетинговых мероприятий при создании системы логистического сервиса являются сегментирование рынка услуг, разработка пакетов услуг, установление цен, выбор каналов распределения и реклама.

Широкая номенклатура логистических услуг и значительный диапазон, в котором может меняться их качество, влияние услуг на конкурентоспособность фирмы и величину инвестиций обуславливают необходимость четкой стратегии в области логистики обслуживания покупателей.

Система логистического сервиса формируется в определенной последовательности: определить, кому и какие услуги следует оказывать; провести анализ сервисных услуг, предлагаемых конкурентами, и составить ранжированный список услуг, которые планирует оказывать фирма; следует учитывать, что услуга может быть очень важной для потребителей и тем не менее не являться решающей при выборе ими предприятия; определить, какой уровень сервиса целесообразно предложить клиентам; оценить влияние уровня сервиса на стоимость оказываемых услуг и определить оптимальный уровень сервиса, необходимый для обеспечения конкурентоспособности фирмы; проводить постоянный контроль качества оказываемых услуг, иметь постоянную обратную связь с покупателями для обеспечения соответствия услуг их потребностям и корректировки на этой основе системы сервисной логистики фирмы.

Одним из самых сложных вопросов в сервисной логистике является определение качества услуг. Качество услуг в логистике будет определяться степенью расхождений между ожидаемыми и фактическими параметрами, хотя, конечно, оценка расхождений будет субъективна.

В современной сервисной логистике технологические факторы играют все меньшую роль в ограничении уровня сервиса. Внедрение гибких производств, компьютерной техники и т.д. позволяет произвести услугу практически любого уровня сложности с учетом индивидуальных запросов потребителя. Служба сервиса охватывает всю логистическую цепь, создавая своеобразную гармонию между ее технологическими компонентами и субъектами, использующими логистическую систему.

При управлении сервисными потоками в логистике используются те же принципы, что и для материальных потоков. Однако при организации сервисного обслуживания необходимо учитывать характеристики услуг, в значительной мере определяющие особенности сервисной логистики.

Решая проблемы логистики сервисного обслуживания, необходимо использовать теоретические и методологические основы в этой области. Однако важно применять не только имеющиеся достижения, но и выработать свою стратегию развития сервиса. В основе логистической модели должны лежать проблемы сервисного обслуживания.

Современный мир быстро превращается в единое гигантское мировое сообщество с международными рынками. Развитие сферы услуг становится одним из приоритетных направлений в создании и поддержании процветающих экономик различных стран.

Республика Беларусь — это независимое государство, имеющее свою экономическую, политическую и юридическую самостоятельность. В силу этого необходимо развивать сферу услуг, т.к. она является одной из самых перспективных и развивающихся отраслей. Данная сфера охватывает широкий спектр деятельности. Формирование рыночных отношений предопределяет необходимость более полного использования концепции маркетинга услуг в различных отраслях экономики.

Высокоорганизованный сервис, который является одним из важных элементов современной логистики в условиях свободной рыночной экономики, - это существенная часть маркетинга. В современных условиях логистический сервис может осуществляться на всех этапах процесса воспроизводства. Это объясняется разнообразием видов предоставляемых услуг и ростом спроса на новые виды услуг. Использование логистического сервиса помогает предприятиям систематизировать процесс, налаживать взаимосвязь предприятия со службами сервиса.

УДК 629.366.083

К ВОПРОСУ О СИСТЕМЕ ТЕХНИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ТЕХНИКИ

И.В. Емельянович

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
г. Минск, Республика Беларусь*

Рынок меняется очень быстро. В последние годы иностранные компании очень активно выходят на традиционные для «Минского тракторного завода» (ПО «МТЗ») рынки, и доля продаваемой там отечественной техники там снижается. Иностранные компании создают на этих рынках дилерские и сервисные центры, и благодаря имеющимся у них серьезным финансовым ресурсам и поддержке со стороны своих правительств, предлагают максимально привлекательные условия по кредитным и лизинговым схемам. Одно из слабых мест ПО «МТЗ», - слабая сеть сервиса. Поэтому в этих условиях для ПО «МТЗ» одной из важнейших задач становится выстраивание системы технического сопровождения техники.

Развитая сервисная инфраструктура позволяет существенно снизить себестоимость эксплуатации тракторов для покупателей. По прогнозам специалистов «доля работ, выполняемая сервисными предприятиями, в перспективе возрастет с 20-25 до 40 % от стоимости сервисных услуг, а доля ремонтно-обслуживающих работ, выполняемых силами сельхозпредприятий, снизится с 95...96 % до 60...65 %» [1]. Учитывая это, ПО «МТЗ» быстрыми темпами развивает сеть сервисных центров как в нашей стране, так и за рубежом. Из последних мер в этой области можно назвать работы по созданию в Могилевской области двух межрегиональных сервисных центров по обслуживанию энергонасыщенных тракторов. Их планируется открыть в Кировске и Костюковичах на базе местных райсельхозтехник. Предусмотрено ускорить работы по организации передвижных ремонтных мастерских, чтобы при возможности не тратить время и деньги на перевозку техники в сервисный центр, а отремонтировать ее на месте. Также в Сибирском федеральном округе Российской Федерации открывается белорусский сервисный центр по обслуживанию автомобильной, тракторной, дорожно-строительной, сельскохозяйственной и другой техники. В задачи этих центров будет входить и такое направление как модернизация техники при ремонте, с целью повышения производительности машин, их топливной экономичности, комфортности обслуживания и экологичности. Приоритетным направлением развития технического сервиса сельскохозяйственной техники является обеспечение износостойкости парка машин («безразборный ремонт» с применением РВС – технологий, что позволяет повысить ресурс двигателей в 2-3 раза и снизить затраты на ремонт в 3-5 раз), а также использование упрочняю-