

**Совершенствование управления сервисной логистикой  
на ОАО «Мозырский машиностроительный завод»**

Бажанова К.С., Самойлова А.Г.  
Полоцкий государственный университет

Разработка стратегии сервисной логистики предполагает принятие серии взаимосвязанных ключевых решений относительно совокупного предложения полезной функции, поставляемой на рынок. Данные решения по сервисной логистике определяются тремя параметрами: разработка продукции, планирование обслуживания и установление системы управления предложением услуг на весь период жизненного цикла продукта.

Всю сервисную работу на ОАО "Мозырский машиностроительный завод" можно разделить на три группы: 1) гарантийное сервисное обслуживание: этот вид услуг осуществляется, однако в политике продвижения этому фактору не уделяется внимания, что для такой продукции как мельничное, элеваторное и транспортирующее оборудование, которое является достаточно сложным в ремонте, крайне необходимо; 2) сервисное обслуживание после истечения гарантийного срока: в настоящее время данный вид услуг сводится к продаже запасных частей на проданное оборудование, но ремонтные услуги необходимо развивать, так как они способны принести предприятию значительную прибыль - стоимость ремонта оборудования колеблется от 30 до 50% его розничной цены; 3) ремонт и наладка оборудования, выпускаемого предприятиями-конкурентами: перспективное направление развития сервисных услуг.

На Мозырском машиностроительном заводе жизненный цикл услуг незначительно превышает цикл продажи товара, в то время как в действительности жизненный цикл логистических услуг значительно превышает жизненный цикл гарантийной работы оборудования, что экономически целесообразно учитывать при разработке стратегии сервисной логистики. Данный факт основывается на несовпадении кривых жизненного цикла: когда жизненный цикл товара находится на этапе зрелости, жизненный цикл услуг только входит в этап быстрого роста. Таким образом, сначала предприятие получает прибыль непосредственно от продажи самого товара, а затем (при эффективном управлении) от продажи сопутствующих ему услуг.

Применение предложенных мероприятий позволит повысить уровень сервисного обслуживания и конкурентоспособности предприятия.