

## Продолжение таблицы 2

8.03	-2.589	1.15	1.94	1.244
8.04	-6.968	1.20	-4.686	-3.014
8.05	2.975	1.25	-9.11	-5.869
8.06	5.464	1.30	-11.6	-7.460
8.07	2.79	1.35	-12.2	-7.892
8.08	5.318	1.40	-11.2	-7.243
8.09	-1.308	1.45	-8.639	-5.565
8.10	-2.725	1.50	-4.482	-2.882
8.11	-3.705	1.55	1.257	0.807

С уменьшением шага по  $B$  и с увеличением диапазона изменения  $B$  можно убедиться, что зависимость  $\zeta$  и  $\chi$  от  $B$  носит осциллирующий характер, в соответствии с ранее полученными результатами [3, с. 33].

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Румер, Ю. Б. Термодинамика, статистическая физика и кинетика : учеб. пособие / Ю. Б. Румер, М. Ш. Рывкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Новосибирск : Изд-во Новосиб. ун-та, 2000. – 608 с.

2. Ландау, Л. Д. Теоретическая физика : учеб. пособие для вузов : в 3 т. / Л. Д. Ландау, Е. М. Лифшиц. – 5-е изд., стер. – М. : Физматлит, 2001. – Т. V : Статистическая физика. Ч. I. – 616 с.

3. Секержицкий, В. С. Равновесные системы фермионов и бозонов в магнитных полях : монография / В. С. Секержицкий ; Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. – Брест : Изд-во БрГУ, 2008. – 198 с.

УДК 658.7

**А. Н. СЕНДЕР**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

### КЛАССИФИКАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ УРОВНЯ- ОБСЛУЖИВАНИЯ СЕРВИСНОЙ ЛОГИСТИКИ

Сервисная логистика может быть представлена как теоретическая концепция общей теории логистики и как форма хозяйственной деятельности. В первом случае исследуются сущность управления сервисными потоками, многообразие форм, а также закономерности развития логистического сервиса, направленного на повышение качества обслуживания потребителей в процессе товарно-материального движения воспроизводства. Во втором случае сервисная логистика представляет собой совокупность взаимосвязанных методов, форм, инструментов, процессов и субъектов логистического обслуживания в процессе товарно-материального движения воспроизводства, с одной стороны, способствующих удовлетворению потребителей, с дру-

гай – получению прибыли и росту рыночной власти. Она включает набор бизнес-стратегий, направленных на повышение качества обслуживания потребителей, а в конечном итоге – рыночной власти субъектов, их реализующих, и опирается на специализированную логистическую материально-техническую базу. *Объектом* сервисной логистики выступают экономические отношения, складывающиеся в процессе логистического обслуживания. *Задачей* сервисной логистики является разработка теоретико-методологических основ для принятия оптимальных решений в сфере логистического обслуживания потребителей.

Д. Бауэрсокс и Д. Клосс предлагают уровень обслуживания оценивать по трем показателям: *доступность*, *функциональность* и *надежность*. Доступность, по сути, определяется готовностью поставщика исполнить заказ. С точки зрения Д. Бауэрсокса и Д. Клосса, доступность следует оценивать по трем критериям: *вероятности дефицита*, показывающей, «как часто это может возникнуть нехватка запасов»; *норме насыщения спроса*, отражающей «масштабы или последствия дефицита в разные периоды времени»; *полноте охвата заказами*, т.е. часто ли «складывается ситуация, когда все запасы фирмы заказаны потребителям». Последний критерий характеризует способность фирмы реализовать стратегию тотального удовлетворения спроса (систему логистического сервиса без отказов) [1].

*Функциональность* как показатель уровня обслуживания включает продолжительность, устойчивость, гибкость и адаптируемость, способ и форму размещения заказа. Очевидно, что продолжительность функционального цикла логистического сервиса является одним из основных показателей, характеризующих уровень обслуживания, так как быстродействие реакции на заказ и скорость его исполнения в значительной степени определяют продолжительность процесса товарно-материального движения воспроизводства. Устойчивость или безотказность означает способность фирмы неизменно обеспечить на достаточно продолжительном промежутке времени заданный уровень обслуживания, а также сопротивляться возмущениям внутреннего или внешнего характера и сохранять функционирование в заданных параметрах. Гибкость и адаптируемость свидетельствуют о способности коммерческо-производственной системы изменять состав и структуру основных операций логистического обслуживания, исходя из конкретных потребностей и ожиданий потребителей, сохраняя при этом целостность самой логистической системы обслуживания. Если учесть, что одним из ключевых показателей функционального цикла логистического сервиса является его продолжительность и по некоторым оценкам в зависимости от способа и формы размещения заказа на прием, подготовку, передачу, обработку и мониторинг заказов приходится от 50 до 70 % времени всего логистического процесса, то очевидно, что разработка оп-

тимальной модели менеджмента заказов стратегически важна как с точки зрения ожиданий потребителей относительно приемлемого уровня логистического сервиса, так и с точки зрения производительности логистической системы обслуживания в целом [2].

Следующий показатель уровня обслуживания – *надежность* (постоянство и бесперебойность параметров доступности и функциональности, исходя из выбранной стратегии логистического сервиса). Если устойчивость или безотказность относятся к переменным функционального цикла обслуживания, то надежность характеризует в целом обслуживание. Представляется, что постоянство параметров обслуживания – ключевой критерий логистического сервиса, так как сам по себе уровень обслуживания не является характеристикой конкурентоспособности фирмы. Более важным является реальное исполнение публично декларируемых поставщиком стратегий в области обслуживания и поддержание на достаточно продолжительном отрезке времени устойчивыми качественных и количественных характеристик логистического сервиса.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бауэрсокс, Д. Логистика: интегрированная цепь поставок : пер. с англ. / Д. Бауэрсокс, Д. Клосс. – М. : Олимп-Бизнес, 2017. – 640 с.
2. Сергеев, В. И. Логистика в бизнесе : учебник / В. И. Сергеев. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 608 с.

УДК 658.7

**А. Н. СЕНДЕР**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

#### ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС И ЕГО ОСНОВНЫЕ ВИДЫ

В литературе, связанной с логистикой, недостаточно подробно рассматривается понятие *логистический сервис*, связанные с ним вопросы остаются нерешенными, не имеют однозначного толкования и требуют обоснования. Понятие *логистический сервис* является ключевым в системе продвижения товара на рынок, эффективности его продаж. От уровня логистического сервиса зависит конкурентоспособность предприятия.

Существуют различные подходы к классификации логистического сервиса. Некоторые авторы выделяют следующие виды:

1. *Сервис удовлетворения потребительского спроса* – определение политики фирмы в сфере оказания и планирования услуг (сроки, частота и готовность поставок, безотказность и своевременность, качество, объем, погрузка и разгрузка, способ заказа).