

Документ: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Информация о владельце: "Самарский государственный экономический университет"
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 30.07.2026 16:51:09
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ЛОГИСТИКА УСЛУГ И СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль) подготовки: Логистика в бизнесе

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 4 з.е.
в академических часах: 144 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Кандидат экономических наук Рахматуллина А. Р.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 514, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по логистике на транспорте", утвержден приказом Минтруда России от 08.09.2014 № 616н; "Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса", утвержден приказом Минтруда России от 31.10.2014 № 864н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	26.05.2026, № 10

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- Сформировать понимание роли сервиса как стратегического инструмента повышения конкурентоспособности компании в условиях экономики впечатлений и услуг;
- Научить измерять и управлять качеством логистического сервиса, устанавливая прямую связь между уровнем обслуживания, лояльностью клиентов и финансовыми результатами бизнеса.;
- Обеспечить знание методологии проектирования эффективных систем сервисного обслуживания, включая послепродажный сервис, техническую поддержку и управление возвратными потоками..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-1 Способен организовать оптимальный процесс перевозки груза в логистической цепи поставок

ПК-1.1 Сравнивает виды и классификацию логистических услуг, организует наиболее эффективные схемы взаимоотношений в процессе оказания логистической услуги перевозки груза в цепи поставок

Знать:

ПК-1.1/Зн1 Методы сравнения классификаций и видов логистических услуг, методы организации наиболее эффективных схем взаимоотношений в процессе оказания логистической услуги перевозки груза в цепи поставок

Уметь:

ПК-1.1/Ум1 Применять методы сравнения видов и классификаций логистических услуг, организации наиболее эффективных схем взаимоотношений в процессе оказания логистической услуги перевозки груза в цепи поставок

Владеть:

ПК-1.1/Нв1 Применения инструментария сравнения видов и классификаций логистических услуг, организации наиболее эффективных схем взаимоотношений в процессе оказания логистической услуги перевозки груза в цепи поставок

ПК-1.2 Участвует в планировании и организации оптимального процесса перевозки груза в цепи поставок

Знать:

ПК-1.2/Зн1 Методов планирования и организации оптимального процесса перевозки груза в цепи поставок

Уметь:

ПК-1.2/Ум1 Планировать и организовывать оптимальный процесс перевозки груза в цепи поставок

Владеть:

ПК-1.2/Нв1 Планирования и организации оптимального процесса перевозки груза в цепи поставок

ПК-3 Способен организовать процесс оказания логистических услуг с улучшенными требованиями по качеству в цепи поставок

ПК-3.1 Организует процесс оказания логистических услуг в цепи поставок

Знать:

ПК-3.1/Зн1 Методов и инструментов организации процесса оказания логистических услуг в цепи поставок

Уметь:

ПК-3.1/Ум1 Организовать процесс оказания логистических услуг в цепи поставок

Владеть:

ПК-3.1/Нв1 Организации процесса оказания логистических услуг в цепи поставок

ПК-3.2 Организует процесс улучшения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок

Знать:

ПК-3.2/Зн1 Методов и инструментов организации процесса улучшения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок

Уметь:

ПК-3.2/Ум1 Применять методы и инструменты организации процесса улучшения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок

Владеть:

ПК-3.2/Нв1 Организации процесса улучшения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Логистика услуг и сервисного обслуживания» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 8, Заочная форма обучения - 9.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-1 - Способен организовать оптимальный процесс перевозки груза в логистической цепи поставок		
ПК-1.1 Сравнивает виды и классификацию логистических услуг, организует наиболее эффективные схемы взаимоотношений в процессе оказания логистической услуги перевозки груза в цепи поставок	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Коммерческий механизм систем товародвижения, Консультационный проект, Контроллинг логистических систем, Логистика развития территорий, Логистика распределения, Логистический консалтинг, Методы и модели оптимизации в логистике, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: технологическая практика, Управление логистическими издержками, Учебная практика: ознакомительная практика	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Консультационный проект, Производственная практика: преддипломная практика

ПК-1.2 Участвует в планировании и организации оптимального процесса перевозки груза в цепи поставок	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Коммерческий механизм систем товародвижения, Консультационный проект, Контроллинг логистических систем, Логистика развития территорий, Логистика распределения, Логистический консалтинг, Методы и модели оптимизации в логистике, Производственная практика: организационно-управленческая практика, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: технологическая практика, Управление логистическими издержками, Учебная практика: ознакомительная практика	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Консультационный проект, Производственная практика: преддипломная практика
ПК-3 - Способен организовать процесс оказания логистических услуг с улучшенными требованиями по качеству в цепи поставок		
ПК-3.1 Организует процесс оказания логистических услуг в цепи поставок	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Категорийная логистика, Коммерческий механизм систем товародвижения, Консультационный проект, Контроллинг логистических систем, Логистика закупок, Логистика распределения, Логистика сетевой торговли, Производственная логистика и технологии "Бережливого производства", Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: технологическая практика, Транспортировка в цепях поставок, Управление качеством в цепях поставок, Управление логистическими издержками	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Консультационный проект, Производственная практика: преддипломная практика, Транспортировка в цепях поставок

ПК-3.2 Организует процесс улучшения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Категорийная логистика, Коммерческий механизм систем товародвижения, Консультационный проект, Контроллинг логистических систем, Логистика закупок, Логистика распределения, Производственная логистика и технологии "Бережливого производства", Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: технологическая практика, Транспортировка в цепях поставок, Управление качеством в цепях поставок, Управление логистическими издержками	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Консультационный проект, Производственная практика: преддипломная практика, Транспортировка в цепях поставок
---	--	---

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Групповая контактная работа (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Восьмой семестр	144	4	54	18	36	2	0,3	53,7	Экзамен
Всего	144	4	54	18	36	2	0,3	53,7	34

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Групповая контактная работа (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Девятый семестр	144	4	4	2	2	2	0,3	103,7	Экзамен
Всего	144	4	4	2	2	2	0,3	103,7	34

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Сущность услуг	60	12	18	30
Тема 1.1. Понятие, экономическое содержание и роль услуг в логистических системах	20	4	6	10
Тема 1.2. Инфраструктурная сущность услуг	20	4	6	10
Тема 1.3. Классификация услуг	20	4	6	10
Раздел 2. Оценка логистики услуг	47,7	6	18	23,7
Тема 2.1. Показатели качества логистических услуг	22	4	8	10
Тема 2.2. Организация логистического сервиса	25,7	2	10	13,7

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Сущность услуг	62	1	1	60
Тема 1.1. Понятие, экономическое содержание и роль услуг в логистических системах	22	1	1	20
Тема 1.2. Инфраструктурная сущность услуг	20			20
Тема 1.3. Классификация услуг	20			20
Раздел 2. Оценка логистики услуг	45,7	1	1	43,7
Тема 2.1. Показатели качества логистических услуг	20			20
Тема 2.2. Организация логистического сервиса	25,7	1	1	23,7

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Экзамен

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Сущность услуг	Тестирование	Экзамен
2	Оценка логистики услуг	Тестирование	Экзамен

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Сущность услуг Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Выберите один вариант ответа Какие из перечисленных факторов определяют особо важную роль услуг в экономике 1. производство услуг в диалоговом режиме с конкретным потребителем 2. высокая доходность услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства 3. короткий срок получения платы за выполненные услуги 4. неспособность к хранению	Ответ: 1	ПК-1, ПК-3
2	Выберите один вариант ответа Какой из перечисленных типов услуг выделяется в международной практике 1. закупочные услуги 2. складские услуги 3. распределительные услуги 4. транспортные услуги	Ответ: 4	ПК-1, ПК-3
3	Выберите один вариант ответа По социальному статусу клиентуры (физических и юридических лиц) услуги делятся на 1. массовые 2. эксклюзивные 3. элитные 4. высокого статуса 5. все ответы верны	Ответ: 5	ПК-1, ПК-3
4	Выберите один вариант ответа Сервис – это 1. услуги, оказываемые покупателю 2. комплекс услуг, которые предоставляет продавец покупателю перед продажей товара 3. комплекс услуг, оказываемых покупателю с целью обеспечить эффективной использование товара в течение всего времени его эксплуатации	Ответ: 3	ПК-1, ПК-3
5	Выберите один вариант ответа Интегрированный рынок состоит из конечного множества локальных рынков, а экономический товар объединяет множество конкретных 1. товаров производственно-технического назначения 2. материальных услуг 3. товаров и услуг 4. товаров и услуг, обслуживающих общественное производство	Ответ: 3	ПК-1, ПК-3

2. Оценка логистики услуг Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	

1	Выберите один вариант ответа Что из перечисленного можно отнести к принципам современного сервиса 1. необязательность предложения 2. обязательность использования 3. эластичность сервиса 4. все ответы верны	ПК-1, ПК-3
	Ответ: 3	
2	Выберите один вариант ответа Что из перечисленного можно отнести к характерным чертам услуги как товара 1-неосвязаемость 2-однородность качества 3-способность услуг к хранению 4-все ответы верны	ПК-1, ПК-3
	Ответ: 1	
3	Выберите один вариант ответа К оказанию сервисных логистических услуг НЕ относится 1-подбор ассортимента 2-формирование грузовых единиц 3-обеспечение сохранности груза при транспортировке 4-выбор поставщика	ПК-1, ПК-3
	Ответ: 1	
4	Выберите один вариант ответа Критерии качества логистического сервиса 1-надежность поставки 2-время выполнения заказа 3-наличие запасов на складе 4-все ответы верны	ПК-1, ПК-3
	Ответ: 4	
5	Выберите один вариант ответа К критериям качества логистического сервиса НЕ относится 1 -надежность поставок 2 -время поставки 3-качество продукции 4- все варианты	ПК-1, ПК-3
	Ответ: 4	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Экзамен восьмой семестр - очная (девятый семестр - заочная)

№ п/п	Содержание вопроса	Компетенция
	Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Дайте развернутый ответ на вопрос Понятие сервисной экономики.	ПК-1, ПК-3

	Ответ: Сервисная экономика (или экономика услуг) — это тип экономической системы, в которой основная часть валового внутреннего продукта (ВВП) и большая доля рабочих мест создаются в сфере услуг, а не в промышленном производстве или сельском хозяйстве. Это не просто отдельный сектор, а фундаментальная трансформация самой структуры экономики, где услуги становятся главным драйвером роста и источником добавленной стоимости. Переход к сервисной экономике является закономерным этапом экономического развития, следующим за аграрной и индустриальной эпохами. Ключевые характеристики сервисной экономики 1. Доминирование сектора услуг. В развитых странах на сферу услуг (финансы, образование, здравоохранение, ИТ, туризм, консалтинг, логистика) приходится от 65% до 80% ВВП и занятых. Производство товаров часто выносится в страны с более низкой стоимостью труда. 2. Неосвязаемость и гетерогенность. Услугу, в отличие от товара, нельзя потрогать, она не имеет физической формы. Кроме того, качество услуги часто зависит от того, кто, когда и где ее предоставляет, что делает его менее стандартизированным. 3. Неотделимость производства и потребления. Услуга производится и потребляется одновременно. Например, стрижка в парикмахерской или консультация юриста — процесс оказания услуги и есть процесс ее потребления. 4. Недолговечность. Услуги нельзя произвести впрок и хранить на складе. Пустое место в самолете или незанятый номер в отеле после вылета/выезда — это упущенная выгода, которую невозможно восполнить. 5. Сдвиг от владения к пользованию. Яркий пример — модель «экономики совместного потребления» (sharing economy). Люди все чаще предпочитают не владеть автомобилем (каршеринг), а пользоваться им по мере необходимости. То же касается жилья (аренда через онлайн-сервисы), инструментов и даже программного обеспечения (модель SaaS — Software as a Service). Факторы перехода к сервисной экономике ● Рост производительности в промышленности. Автоматизация и роботизация производства позволяют создавать больше товаров с меньшим количеством людей. Высвобождаемая рабочая сила переходит в сферу услуг. ● Рост благосостояния населения. По мере удовлетворения базовых потребностей (еда, одежда, жилье) спрос смещается в сторону услуг: образования, досуга, заботы о здоровье, саморазвития. ● Усложнение продуктов. Современные товары (смартфоны, автомобили, промышленное оборудование) становятся все более сложными. Ценность продукта все больше определяется не только его физическими характеристиками, но и сопутствующим сервисом: гарантийным обслуживанием, технической поддержкой, обновлениями ПО, обучением пользователей. ● Глобализация и аутсорсинг. Производственные компании стремятся сократить издержки, перенося заводы в другие страны. При этом ключевые функции — R&D (исследования и разработки), маркетинг, дизайн, финансы — остаются в стране базирования компании и являются услугами с высокой добавленной стоимостью. Структура сферы услуг Сфера услуг крайне неоднородна. Традиционно ее делят на несколько сегментов: ● Услуги бизнесу (B2B - Business to Business): Консалтинг, аудит, юридические услуги, логистика, ИТ-аутсорсинг, маркетинг. Эти услуги помогают другим компаниям работать эффективнее. ● Услуги конечному потребителю (B2C - Business to Consumer): Розничная торговля, общественное питание, гостиничный бизнес, транспорт, развлечения. ● Социальные услуги: Образование, здравоохранение, государственное управление. Часто финансируются из бюджета. ● Производственные услуги: Это услуги, которые тесно интегрированы в процесс создания физического товара. Сюда относится и логистика услуг и сервисного обслуживания. Например, предпродажная подготовка, доставка "последней мили", установка оборудования, гарантийный ремонт и поставка запчастей. В современной экономике эти услуги являются неотъемлемой частью самого продукта и напрямую влияют на удовлетворенность клиента. Значение для бизнеса и логистики В условиях сервисной экономики конкуренция смещается с самого товара на качество его обслуживания. Логистика перестает быть просто функцией по перемещению грузов и становится сервисным процессом. Успех компании теперь зависит не только от того, что она продает, но и от того, как она это делает: как быстро доставляется заказ, насколько удобен возврат товара, как работает служба поддержки. Таким образом, сервисная экономика — это экономическая реальность, где главным активом становятся не станки и сырье, а знания, компетенции и способность выстраивать долгосрочные отношения с клиентом через качественный сервис.	
2	Дайте развернутый ответ на вопрос Определение услуг.	ПК-1, ПК-3

	Ответ: Услуга — это экономическое благо, представляющее собой действие, процесс, деятельность или выгоду, которую одна сторона (исполнитель) предоставляет другой (клиенту). В отличие от товара, который является материальным объектом, услуга неосвязаема. Её результатом является не владение вещью, а полезный эффект, полученный в ходе её оказания. Это одно из фундаментальных понятий в экономике и маркетинге, особенно важное в контексте сервисной экономики и логистики услуг. Ключевые характеристики услуги Классическая теория маркетинга выделяет четыре основные характеристики, которые отличают услугу от физического товара: 1. Неосвязаемость (нематериальность) Услугу невозможно увидеть, потрогать, попробовать на вкус или измерить до момента её приобретения и потребления. Клиент покупает не физический объект, а обещание будущего результата. Например, при покупке авиабилета пассажир приобретает не бумагу или электронный файл, а возможность переместиться из точки А в точку Б. Из-за неосвязаемости для клиента возрастает важность материальных свидетельств качества услуги: интерьера отеля, внешнего вида персонала, современного оборудования. 2. Неотделимость производства и потребления Процесс производства услуги происходит одновременно с её потреблением. В большинстве случаев для оказания услуги требуется участие как исполнителя, так и самого клиента. Пример: Стрижка в парикмахерской. Мастер не может подстричь клиента в отсутствие самого клиента. Услуга создается и потребляется в реальном времени. Это накладывает особые требования на квалификацию персонала и организацию процесса. 3. Непостоянство качества (гетерогенность) Качество услуги сильно зависит от того, кто её оказывает, кому, когда, где и при каких обстоятельствах. Даже один и тот же специалист может оказать одну и ту же услугу по-разному в разное время из-за усталости, настроения или других факторов. Пример: Уровень обслуживания в ресторане может отличаться в зависимости от того, какой официант вас обслуживает и насколько он загружен в данный момент. Для снижения этого непостоянства компании стандартизируют процессы и уделяют большое внимание обучению персонала. 4. Несохраняемость (недолговечность) Услугу нельзя произвести заранее и хранить для последующей продажи. Если услуга не была востребована в определённый момент времени, то потенциальный доход от неё теряется навсегда. Пример: Пустое кресло в самолёте, незанятый номер в отеле на одну ночь или свободное время в расписании врача — это невозможные потери. Эта характеристика заставляет компании использовать сложные системы управления спросом (например, гибкое ценообразование, акции в «низкий» сезон). Классификация услуг Услуги можно классифицировать по различным признакам: ● По объекту воздействия: ● Услуги, направленные на тело человека: Здравоохранение, парикмахерские, пассажирский транспорт. ● Услуги, направленные на товары: Ремонт, техническое обслуживание, логистика, чистка. ● Услуги, направленные на сознание человека: Образование, развлечения, радио и телевидение. ● Услуги, направленные на нематериальные активы: Банковские, юридические, страховые, консультационные услуги. ● По степени контакта с клиентом: ● Высокий контакт: Услуги, требующие постоянного присутствия клиента (гостиничный бизнес, медицина). ● Низкий контакт: Услуги, где взаимодействие с клиентом минимально или автоматизировано (почтовые услуги, онлайн-банкинг). Услуга как продукт: модель "Сервисного континуума" Важно понимать, что в современной экономике редко встречаются "чистые" товары или "чистые" услуги. Большинство предложений находятся на так называемом сервисном континууме. ● На одном полюсе — чистые товары (например, поваренная соль). ● На другом полюсе — чистые услуги (например, психотерапия). ● Большинство продуктов являются гибридами. Автомобиль (товар) неотделим от услуг по его продаже, страхованию, техническому обслуживанию и ремонту. Программное обеспечение (SaaS) — это классический пример того, как товар становится услугой: вы не покупаете диск с программой, а платите за доступ к функционалу и регулярные обновления. Таким образом, определение услуги охватывает широкий спектр действий и выгод. Понимание её уникальных свойств — неосвязаемости, неотделимости от источника, непостоянства и несохраняемости — является ключом к успешному управлению любым бизнесом в сфере услуг.	
3	Дайте развернутый ответ на вопрос Понятие и признаки классификации услуг. Виды услуг.	ПК-1, ПК-3

Ответ:	Понятие услуги, как было рассмотрено ранее, охватывает широкий спектр действий, приносящих пользу потребителю. Из-за огромного разнообразия услуг в современной экономике возникает необходимость в их систематизации. Классификация услуг — это их распределение по группам на основе общих признаков, что позволяет компаниям лучше понимать свою деятельность, разрабатывать маркетинговые стратегии и выстраивать эффективные бизнес-процессы. Признаки классификации услуг Услуги можно классифицировать по множеству критериев. Выбор конкретного признака зависит от цели анализа (например, для управления персоналом, для маркетинга или для логистики). 1. По объекту воздействия (наиболее распространенная классификация, предложенная Кристофером Лавлоком) Этот признак определяет, на что именно направлена деятельность по оказанию услуги. • Услуги, направленные на тело человека: Требуют физического присутствия клиента. Объект — физическое состояние человека. • Примеры: Здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты, фитнес-центры, рестораны. • Услуги, направленные на сознание человека: Воздействуют на ментальное состояние, чувства и интеллект. Объект — сознание. • Примеры: Образование, развлечения (кино, театры), информационные услуги (новости), религиозные службы. • Услуги, направленные на физические объекты (неодушевленные предметы): Направлены на поддержание или восстановление работоспособности материальных благ. • Примеры: Ремонт бытовой техники, химчистка, логистика и транспортировка грузов, охрана объектов. • Услуги, направленные на нематериальные активы (информацию): Связаны с обработкой и предоставлением информации. • Примеры: Банковские и финансовые услуги, юридические консультации, страхование, бухгалтерский учет. 2. По степени контакта с потребителем Этот признак важен для операционного менеджмента и управления персоналом. • Услуги с высоким уровнем контакта: Клиент активно участвует в процессе оказания услуги на протяжении всего или большей части времени. • Примеры: Обучение в аудитории, хирургическая операция, стрижка в парикмахерской. • Услуги с низким уровнем контакта: Взаимодействие с клиентом минимально или отсутствует. Процесс оказания услуги может происходить "за кулисами". • Примеры: Интернет-банкинг, доставка почты, ремонтные работы на заводе заказчика в его отсутствие. 3. По степени осязаемости (материальности) • Осязаемые действия: Услуга направлена на материальные объекты или тело человека и имеет видимый, физический результат. • Примеры: Перевозка груза (объект переместился), чистка ковра (ковер стал чистым). • Неосязаемые действия: Услуга направлена на сознание или нематериальные активы. Результат часто не имеет физической формы. • Примеры: Консультация юриста, лекция в университете, страхование. 4. По квалификации персонала • Профессиональные услуги: Требуют высокой квалификации, специального образования и часто — лицензии (врачи, юристы, инженеры). • Непрофессиональные услуги: Не требуют специальной подготовки (уборка помещений, курьерская доставка). Виды услуг На основе этих классификаций можно выделить основные виды услуг, сгруппированные по сферам деятельности: 1. Бытовые услуги Направлены на удовлетворение повседневных потребностей человека. • Примеры: Ремонт обуви и одежды, парикмахерские и косметические услуги, химчистка, услуги прачечных. 2. Транспортные услуги Обеспечение перемещения людей и грузов. • Примеры: Пассажирские перевозки (авиа, ж/д, автобус), грузоперевозки, курьерская доставка, такси. 3. Услуги связи Обеспечение передачи информации на расстояние. • Примеры: Почтовая связь, телефонная связь (мобильная и стационарная), интернет-провайдеры. 4. Финансовые и страховые услуги Операции с денежными средствами и управление рисками. • Примеры: Банковское обслуживание (кредиты, вклады), страхование жизни и имущества, инвестиционные консультации. 5. Образовательные услуги Передача знаний, умений и навыков. • Примеры: Школьное и высшее образование, курсы повышения квалификации, тренинги. 6. Медицинские услуги Диагностика, лечение и профилактика заболеваний. • Примеры: Консультации врачей, проведение операций, стоматологические услуги. 7. Деловые (профессиональные) услуги Оказание помощи другим организациям в их деятельности. • Примеры: Юридическое и бухгалтерское сопровождение, аудит, маркетинговые
---------------	---

4	Дайте развернутый ответ на вопрос Логистические услуги и их понятие	ПК-1, ПК-3
---	---	------------

Ответ:	Логистические услуги — это комплекс действий, направленных на эффективное и рациональное управление потоками (материальными, информационными, финансовыми, сервисными) на всем пути их движения — от первичного источника сырья до конечного потребителя. По сути, это профессиональная организация и выполнение функций, которые компания-заказчик могла бы выполнять самостоятельно, но предпочитает передать специализированному партнеру для повышения эффективности. В современной экономике логистика перестала быть просто "транспортровкой и хранением". Она превратилась в сложный, интегрированный процесс, создающий добавленную стоимость. Ключевые составляющие логистических услуг Логистические услуги можно разделить на несколько основных функциональных блоков, которые часто объединяются в комплексные решения. 1. Транспортировка. Это базовая и наиболее очевидная логистическая услуга. Она включает в себя физическое перемещение грузов различными видами транспорта (автомобильным, железнодорожным, морским, воздушным, трубопроводным). Услуга включает не только саму перевозку, но и экспедирование (сопровождение груза), выбор оптимального маршрута и консолидацию грузов от разных отправителей. 2. Складирование и обработка грузов. Эта группа услуг связана с хранением товарно-материальных ценностей и операциями с ними. Включает: • Ответственное хранение. • Приемку и отгрузку товаров. • Комплектацию (комплектация заказов, сборка паллет). • Упаковку, маркировку, стикерровку. • Кросс-докинг (перезагрузку товара из одного транспортного средства в другое с минимальным или нулевым сроком хранения на складе). 3. Управление запасами. Это более сложная, информационно-аналитическая услуга. Логистический оператор берет на себя ответственность за поддержание оптимального уровня запасов на складе заказчика. Цель — избежать как дефицита (упущенной выгоды), так и излишков (замороженных средств и затрат на хранение). Это включает прогнозирование спроса, расчет точки заказа и страхового запаса. 4. Таможенное оформление и ВЭД. Для компаний, занимающихся внешнеэкономической деятельностью, это критически важная услуга. Она включает подготовку всей необходимой документации, декларирование товаров, уплату таможенных пошлин и налогов, а также взаимодействие с таможенными органами для беспрепятственного прохождения границы. 5. Управление заказами и информационная поддержка. Это "мозг" современной логистики. Услуга включает в себя: • Прием и обработку заказов от клиентов. • Отслеживание движения груза в режиме реального времени (трекинг). • Управление документацией (электронный документооборот). • Предоставление отчетности заказчику. 6. "Последняя миля" (Last Mile Delivery). Доставка товара со склада непосредственно до двери конечного потребителя. Это один из самых сложных и дорогих этапов логистики, особенно в сфере электронной коммерции. 7. Обратная логистика (Reverse Logistics). Управление возвратными потоками. Включает в себя организацию возврата товаров от потребителя или из розничной сети, их транспортировку обратно на склад, проверку, ремонт, утилизацию или перепродажу. 8. Ценностно-ориентированная логистика (Value-Added Services). Дополнительные услуги, которые повышают ценность продукта для конечного потребителя. Например, предпродажная подготовка товаров, сборка комплектов (kitting), нанесение гравировки, установка ПО на технику. Провайдеры логистических услуг (3PL и 4PL) В зависимости от объема передаваемых функций, выделяют разные уровни аутсорсинга логистики: • 3PL-провайдеры (Third-Party Logistics): Это наиболее распространенная модель. Компания-заказчик передает 3PL-оператору большую часть или все свои логистические операции (транспорт, склад, таможня). 3PL-провайдер является исполнителем. • 4PL-провайдеры (Fourth-Party Logistics): Это модель "логистического интегратора". 4PL-оператор не просто выполняет операции, а берет на себя управление всей цепью поставок заказчика: анализирует ее, проектирует, внедряет информационные системы, управляет несколькими 3PL-провайдерами и другими подрядчиками. 4PL-провайдер является стратегическим партнером. Ценность логистических услуг для бизнеса Передача логистики на аутсорсинг позволяет компаниям: • Сконцентрироваться на основном бизнесе: Не отвлекать ресурсы на непрофильную деятельность. • Снизить издержки: За счет эффекта масштаба у логистического оператора. • Повысить гибкость: Легко масштабировать бизнес в периоды пикового спроса. • Получить доступ к экспертизе и технологиям: Логистические провайдеры обладают глубокими знаниями рынка и используют передовые IT-системы (TMS, WMS). Таким образом, логистические услуги — это не просто выполнение операций, а стратегический инструмент управления цепями поставок, который напрямую влияет на конкурентоспособность компании через скорость доставки, уровень сервиса и итоговую стоимость продукта для потребителя.
---------------	--

5	Дайте развернутый ответ на вопрос Значение услуг в логистических системах.	ПК-1, ПК-3
---	--	------------

Ответ:	Значение услуг в логистических системах является фундаментальным и определяющим. В современной экономике логистика перестала восприниматься как сугубо техническая, "закулисная" функция, отвечающая лишь за физическое перемещение грузов. Сегодня логистическая система — это, в первую очередь, сервисная система, а её главная ценность для бизнеса и конечного потребителя заключается именно в качестве предоставляемых услуг. Услуги в логистике — это не просто дополнение к продукту, а его неотъемлемая часть, которая формирует клиентский опыт и напрямую влияет на конкурентоспособность компании. 1. Создание ценности для клиента и формирование конкурентного преимущества В условиях, когда товары становятся всё более похожими по своим характеристикам и цене, ключевым фактором выбора для потребителя становится уровень сервиса. ● Доступность продукта: Услуга логистики обеспечивает наличие товара в нужном месте и в нужное время. Если покупатель не может найти товар на полке или получить его в обещанный срок, сделка не состоится. Логистический сервис (управление запасами, дистрибуция) гарантирует эту доступность. ● Надежность и скорость: Своевременная доставка, точное соблюдение сроков — это базовые ожидания клиента. Премиальный сервис (например, доставка "день в день" или доставка в узком временном окне) становится мощным конкурентным преимуществом. ● Информационная поддержка: Возможность отслеживать заказ в режиме реального времени, получать уведомления о его статусе — это услуга, которая снижает тревогу клиента и повышает его лояльность. Таким образом, логистический сервис превращает стандартный товар в комплексное предложение, которое удовлетворяет не только базовую потребность, но и потребность в удобстве, скорости и предсказуемости. 2. Прямое влияние на финансовые показатели компании Эффективное управление логистическими услугами напрямую сказывается на экономике предприятия. ● Снижение операционных затрат: Качественный сервис управления запасами предотвращает дефицит (и, как следствие, упущенную выгоду) и излишки (замораживание оборотных средств и затраты на хранение). Оптимизация маршрутов и процессов на складе снижает транспортные и складские издержки. ● Увеличение выручки и доли рынка: Высокий уровень сервиса привлекает новых клиентов и удерживает существующих. Программа "доставка бесплатно при заказе от X рублей" стимулирует увеличение среднего чека. ● Оптимизация общих затрат: Логистические услуги помогают найти баланс между затратами на обслуживание и уровнем сервиса. Например, содержание избыточных запасов на всех складах сети гарантирует 100% наличие товара, но это очень дорого. Задача логистической системы — найти оптимальную точку, где затраты на поддержание сервиса будут минимальны при достижении целевого уровня удовлетворенности клиентов (например, 95% заказов выполняются из наличия на ближайшем складе). 3. Интеграция и координация всей цепи поставок Логистические услуги выступают в роли "клея", который связывает всех участников цепи поставок: поставщиков, производителей, дистрибьюторов, ритейлеров и конечных потребителей. ● Информационная интеграция: Услуги по обмену данными (например, через системы EDI) позволяют всем участникам цепи видеть реальную картину спроса и остатков. Поставщик видит, что товар у ритейлера заканчивается, и может заранее сформировать следующую поставку. ● Управление заказами: Централизованная обработка заказов обеспечивает слаженную работу всех звеньев цепи. Заказ, полученный от конечного клиента, автоматически запускает процессы на складе дистрибьютора и формирует заявку производителю. 4. Управление послепродажным обслуживанием и возвратами (Обратная логистика) В современной экономике цикл взаимодействия с клиентом не заканчивается в момент продажи. Послепродажное обслуживание становится важнейшей частью логистической системы. ● Гарантийное и сервисное обслуживание: Эффективная логистика запчастей и ремонтного персонала позволяет быстро устранять неисправности, что критически важно для сложной техники (автомобили, промышленное оборудование). Скорость ремонта напрямую влияет на удовлетворенность клиента. ● Обратная логистика (Reverse Logistics): Организация возврата товара от потребителя — это сложная услуга. Грамотно выстроенный процесс возврата (например, через пункты выдачи заказов) не только снижает негатив клиента от неудачной покупки, но и позволяет компании вернуть часть стоимости товара или повторно его продать после проверки. Это превращает потенциальный убыток в управляемый процесс. 5. Адаптивность к современным бизнес-моделям Рост электронной коммерции (e-commerce) и "экономики совместного потребления" (sharing economy) был бы невозможен без развития высокотехнологичных логистических услуг. ● Фулфилмент для e-commerce: Услуги по хранению товаров интернет-магазина, комплектации заказов, упаковке и доставке до конечного потребителя (pick-and-pack, last mile delivery) являются основой этого бизнеса. ● Быстрая доставка: Модели бизнеса, основанные на быстрой доставке (еда, товары повседневного спроса), полностью построены на логистических сервисах как на основном продукте. В заключение, услуги в логистических системах перестали быть вспомогательной функцией. Они являются стратегическим активом, который создает ценность для клиента и обеспечивает прибыль для компании и обеспечивает слаженную работу всей цепи поставок.
---------------	--

6	Дайте развернутый ответ на вопрос Понятие эффективности услуг.	ПК-1, ПК-3
---	--	------------

Ответ:	Эффективность услуг — это комплексная характеристика, отражающая степень достижения целей при оказании услуги с оптимальным соотношением полученного результата (эффекта) и затраченных на его достижение ресурсов. В отличие от производства товаров, где эффективность часто измеряется просто количеством единиц продукции на единицу затрат, в сфере услуг этот показатель гораздо сложнее из-за неосвязаемости и неотделимости услуги от процесса её оказания. Эффективность услуг нельзя рассматривать в отрыве от двух других ключевых понятий: качества и производительности. ● Качество услуги — это степень соответствия услуги ожиданиям и потребностям клиента. ● Производительность — это отношение объема произведенных услуг к затраченным ресурсам. Эффективность находится на пересечении этих двух понятий. Можно оказывать очень качественную услугу, но с крайне низкой производительностью (затрачивая огромные ресурсы), что будет неэффективно. И наоборот, можно оказывать услугу очень производительно (с минимальными затратами), но её качество будет настолько низким, что она не будет востребована. Таким образом, эффективность — это оптимальный баланс между высоким качеством и высокой производительностью. Ключевые аспекты эффективности услуг Для всесторонней оценки эффективности необходимо анализировать её с нескольких точек зрения. 1. Внутренняя (операционная) эффективность Этот аспект оценивает, насколько рационально компания использует свои внутренние ресурсы для оказания услуги. ● Производительность персонала: Сколько "единиц" услуги (например, принятых звонков, обслуженных клиентов, выполненных заказов) производит один сотрудник за единицу времени. ● Использование ресурсов: Насколько эффективно используются материальные активы — оборудование, помещения, транспорт. Например, процент загрузки складских площадей или время простоя сервисных автомобилей. ● Скорость процессов: Время, затрачиваемое на выполнение ключевых операций (время цикла заказа, среднее время ответа на звонок). ● Себестоимость услуги: Затраты на оказание одной "единицы" услуги. Снижение себестоимости без потери качества — прямой путь к росту эффективности. 2. Внешняя (клиентоориентированная) эффективность Этот аспект оценивает результативность деятельности компании с точки зрения клиента и рынка. ● Удовлетворенность и лояльность клиентов: Главный индикатор внешней эффективности. Удовлетворенный клиент не только вернется снова, но и порекомендует услугу другим. Измеряется через опросы (NPS, CSI). ● Достижение сервисных стандартов: Соответствие фактических параметров услуги заявленным (SLA). Например, если стандарт доставки — 24 часа, а по факту доставляют за 30, внешняя эффективность снижается. ● Доля рынка и рост клиентской базы: Эффективная услуга привлекает новых клиентов и удерживает старых, что ведет к росту бизнеса. 3. Экономическая эффективность Это итоговый финансовый результат деятельности. ● Рентабельность: Отношение прибыли к затратам. Показывает, насколько прибыльной является услуга. ● Возврат на инвестиции (ROI): Насколько оправданы вложения в развитие сервисных мощностей, обучение персонала или внедрение новых технологий. ● Пожизненная ценность клиента (LTV): Прогнозируемый доход, который один клиент принесет компании за все время сотрудничества. Высокий LTV свидетельствует о долгосрочной эффективности работы с клиентами. Как измерить эффективность услуг: основные показатели (KPI) Для оценки эффективности используются ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators, KPI), которые можно сгруппировать по направлениям: <table><tr><th>Категория</th><th>Показатель</th><th>Описание</th></tr><tr><td rowspan="3">Качество</td><td>CSAT (Customer Satisfaction Score)</td><td>Индекс удовлетворенности клиентов после получения услуги.</td></tr><tr><td>NPS (Net Promoter Score)</td><td>Индекс готовности клиентов рекомендовать вашу услугу.</td></tr><tr><td>Уровень разрешения проблемы с первого обращения (First Contact Resolution)</td><td>Процент запросов, решенных при первом контакте с клиентом.</td></tr><tr><td rowspan="3">Скорость</td><td>Среднее время ответа (Average Response Time)</td><td>Время, за которое клиент получает первый ответ на свой запрос.</td></tr><tr><td>Время цикла выполнения заказа (Order Cycle Time)</td><td>Общее время от момента размещения заказа до его выполнения.</td></tr><tr><td>Производительность</td><td>Загрузка мощностей (Capacity Utilization)</td><td>Процент использования ресурсов (например, складских площадей, оборудования).</td></tr><tr><td rowspan="2">Экономика</td><td>Количество операций на одного сотрудника</td><td>Показывает производительность труда.</td></tr><tr><td>Себестоимость услуги (Unit Cost)</td><td>Средняя стоимость оказания одной единицы услуги.</td></tr></table>	Категория	Показатель	Описание	Качество	CSAT (Customer Satisfaction Score)	Индекс удовлетворенности клиентов после получения услуги.	NPS (Net Promoter Score)	Индекс готовности клиентов рекомендовать вашу услугу.	Уровень разрешения проблемы с первого обращения (First Contact Resolution)	Процент запросов, решенных при первом контакте с клиентом.	Скорость	Среднее время ответа (Average Response Time)	Время, за которое клиент получает первый ответ на свой запрос.	Время цикла выполнения заказа (Order Cycle Time)	Общее время от момента размещения заказа до его выполнения.	Производительность	Загрузка мощностей (Capacity Utilization)	Процент использования ресурсов (например, складских площадей, оборудования).	Экономика	Количество операций на одного сотрудника	Показывает производительность труда.	Себестоимость услуги (Unit Cost)	Средняя стоимость оказания одной единицы услуги.
Категория	Показатель	Описание																						
Качество	CSAT (Customer Satisfaction Score)	Индекс удовлетворенности клиентов после получения услуги.																						
	NPS (Net Promoter Score)	Индекс готовности клиентов рекомендовать вашу услугу.																						
	Уровень разрешения проблемы с первого обращения (First Contact Resolution)	Процент запросов, решенных при первом контакте с клиентом.																						
Скорость	Среднее время ответа (Average Response Time)	Время, за которое клиент получает первый ответ на свой запрос.																						
	Время цикла выполнения заказа (Order Cycle Time)	Общее время от момента размещения заказа до его выполнения.																						
	Производительность	Загрузка мощностей (Capacity Utilization)	Процент использования ресурсов (например, складских площадей, оборудования).																					
Экономика	Количество операций на одного сотрудника	Показывает производительность труда.																						
	Себестоимость услуги (Unit Cost)	Средняя стоимость оказания одной единицы услуги.																						

Подготовлено в системе 1С:Управление предприятием (000001525)

7	Дайте развернутый ответ на вопрос Показатели рентабельности услуг в логистических системах.	ПК-1, ПК-3
---	---	------------

Ответ:	Показатели рентабельности услуг в логистических системах — это ключевые финансовые метрики, которые позволяют оценить, насколько прибыльной является деятельность по оказанию логистических услуг. В отличие от показателей эффективности (которые могут фокусироваться на скорости, качестве или производительности), показатели рентабельности напрямую связывают полученный финансовый результат с затратами или активами, которые были использованы для его достижения. Анализ рентабельности жизненно важен для логистических компаний (3PL/4PL-операторов) и для внутренних логистических подразделений предприятий, так как он помогает принимать обоснованные решения о ценообразовании, аутсорсинге, оптимизации процессов и инвестициях. Основные группы показателей рентабельности Показатели рентабельности можно разделить на две основные группы: показатели, основанные на прибыли, и показатели, основанные на денежном потоке. 1. Показатели рентабельности, основанные на прибыли Эти метрики показывают, какая доля в выручке или активах составляет прибыль. 1. Рентабельность продаж (Return on Sales, ROS) Это самый распространенный показатель. Он показывает, какую часть от каждого заработанного рубля выручки составляет чистая прибыль. ● Формула: (Чистая прибыль / Выручка от реализации логистических услуг) × 100% ● Что показывает: Эффективность контроля над расходами. Если ROS падает при стабильной выручке, значит, затраты на оказание услуг (топливо, зарплаты, аренда складов) растут быстрее, чем цены на эти услуги. ● Пример: Логистическая компания заработала 100 млн рублей, а ее чистая прибыль составила 8 млн рублей. ● $ROS = (8 / 100) \times 100\% = 8\%$. Это значит, что с каждого рубля выручки компания получает 8 копеек чистой прибыли. 2. Рентабельность услуг (или валовая рентабельность) Этот показатель более операционный. Он рассчитывается до вычета административных и коммерческих расходов и показывает маржинальность самого процесса оказания услуги. ● Формула: (Валовая прибыль / Выручка от реализации услуг) × 100%, где Валовая прибыль = Выручка - Себестоимость услуг. ● Что показывает: Насколько прибыльна сама услуга без учета общехозяйственных расходов (аренда офиса, зарплата директора и бухгалтера). Позволяет сравнивать рентабельность разных видов услуг (например, складской обработки и автомобильных перевозок). 3. Рентабельность активов (Return on Assets, ROA) Показывает, насколько эффективно компания использует свои активы (собственные грузовики, склады, IT-системы) для генерации прибыли. ● Формула: (Чистая прибыль / Средняя стоимость активов) × 100% ● Что показывает: Если показатель низкий, это может означать, что у компании слишком много простаивающих активов или они используются неэффективно. Например, большой парк собственных грузовиков, который не загружен на 100%, будет снижать ROA. 4. Рентабельность инвестиций (Return on Investment, ROI) Оценивает отдачу от конкретных инвестиционных проектов. ● Формула: (Чистая прибыль от проекта / Объем инвестиций в проект) × 100% ● Что показывает: Стоит ли вкладывать деньги в покупку нового склада, внедрение WMS-системы или открытие нового филиала. Помогает сравнивать разные варианты вложения капитала. 2. Показатели рентабельности, основанные на денежном потоке В капиталоемком бизнесе, как логистика, прибыль на бумаге не всегда означает наличие денег на счетах. Поэтому критически важны показатели денежного потока. 5. Свободный денежный поток (Free Cash Flow, FCF) Это "реальные" деньги, которые остаются у компании после всех операционных расходов и инвестиций в поддержание и развитие бизнеса. ● Формула: Операционный денежный поток - Капитальные затраты (CAPEX). ● Что показывает: Способность компании генерировать наличность для выплаты дивидендов, погашения долгов или новых инвестиций. Отрицательный FCF при положительной чистой прибыли — тревожный сигнал, означающий проблемы с дебиторской задолженностью или чрезмерные инвестиции. Специфические факторы и нюансы в логистике При анализе рентабельности логистических услуг важно учитывать отраслевую специфику: 1. Высокая доля переменных затрат: В транспортных услугах основные затраты — это топливо и оплата труда водителей. Резкие колебания цен на топливо могут мгновенно снизить рентабельность (ROS), если у компании нет механизмов их компенсации (например, топливных надбавок). 2. Капиталоемкость: Логистика требует значительных вложений в основные средства (транспорт, склады). Поэтому показатели ROA и ROI здесь особенно важны. 3. Влияние масштаба: Многие логистические процессы имеют высокий эффект масштаба. При росте объемов постоянные затраты (амортизация склада, зарплата управляющего персонала) распределяются на большее количество операций, что повышает рентабельность. 4. Сезонность: Спрос на многие логистические услуги (например, доставка перед Новым годом или сбор урожая) сильно колеблется. Рентабельность должна анализироваться с учетом этих циклов. 5. Стоимость капитала: Для оценки долгосрочных проектов (например, строительство терминала) недостаточно смотреть только на бухгалтерскую рентабельность.
---------------	---

8	Дайте развернутый ответ на вопрос Виды сервиса по содержанию работ.	ПК-1, ПК-3
---	---	------------

Ответ:	Классификация сервиса по содержанию работ является одной из ключевых в теории и практике сервисного менеджмента и логистики. Она позволяет систематизировать все многообразие сервисной деятельности, понять, на каком этапе взаимодействия с продуктом или клиентом оказывается та или иная услуга, и правильно выстроить бизнес-процессы. Основной и наиболее признанной классификацией является деление сервиса по отношению к жизненному циклу продукта (или моменту оказания услуги). 1. Предпродажный сервис (Сервис до покупки) Этот вид сервиса направлен на то, чтобы помочь потенциальному клиенту сделать выбор, сформировать доверие к продукту и компании, а также подготовить товар или услугу к продаже. Важно понимать, что на этом этапе сам продукт еще не продан. ● Консультирование и информирование: Предоставление полной информации о характеристиках, преимуществах, правилах эксплуатации продукта. Это могут быть консультации специалистов, работа с технической документацией, создание обучающих материалов. ● Демонстрация продукта: Показ товара в действии. Например, тест-драйв автомобиля, демонстрация работы сложного промышленного оборудования, дегустация продуктов питания. ● Подготовка к продаже: Технические операции, которые делают товар готовым к продаже. Это может включать предпродажную подготовку автомобиля (проверка жидкостей, давления в шинах), сборку мебели для выставочного образца, загрузку демонстрационных версий ПО. ● Разработка и адаптация: В сегменте B2B (бизнес для бизнеса) предпродажный сервис часто включает в себя проектирование решения под конкретные нужды заказчика, разработку технической документации и чертежей. Цель: Максимально снизить неопределенность для покупателя и убедить его в ценности и надежности предлагаемого продукта. 2. Сервис в процессе продажи (Сервис в момент покупки) Эти услуги сопровождают сам акт купли-продажи и направлены на обеспечение удобства и комфорта для клиента в момент совершения сделки. ● Организация расчетов: Предоставление различных способов оплаты (кредит, рассрочка, оплата картой, электронные деньги). ● Оформление документов: Быстрое и безошибочное оформление договора купли-продажи, гарантийного талона, товарного чека. ● Обеспечение доступности: Создание комфортной среды для выбора и покупки. Сюда относится выкладка товара в торговом зале, навигация, работа примерочных, наличие парковочных мест. ● Упаковка: Качественная и надежная упаковка товара, которая защищает его при транспортировке и служит элементом брендинга. Цель: Сделать процесс покупки максимально быстрым, удобным и приятным, чтобы закрепить положительное впечатление о компании. 3. Послепродажный сервис (Сервис после покупки) Это наиболее обширная и сложная категория сервиса, которая охватывает весь период эксплуатации продукта клиентом. Именно этот вид сервиса в наибольшей степени формирует долгосрочную лояльность. Послепродажный сервис можно разделить на несколько подгрупп: А. Гарантийное обслуживание Обязательства производителя или продавца по бесплатному ремонту или замене продукта в случае обнаружения заводского дефекта в течение установленного срока (гарантийного срока). ● Работы: Диагностика неисправностей, ремонт на авторизованном сервисе, замена бракованных деталей или всего изделия. Б. Техническое обслуживание и ремонт (ТОиР) Работы, направленные на поддержание продукта в исправном и работоспособном состоянии. В отличие от гарантийного обслуживания, эти работы обычно являются платными. ● Работы: Профилактические осмотры (например, ТО автомобиля), замена расходных материалов (масло, фильтры), текущий и капитальный ремонт. В. Обеспечение запасными частями (Логистика запчастей) Это критически важная часть послепродажного сервиса, особенно для сложной техники. Она включает: ● Работы: Производство или закупка запчастей, их хранение на центральном и региональных складах, организация быстрой доставки до сервисного центра или клиента. Г. Обучение и консультирование Помощь клиенту в максимально эффективном использовании приобретенного продукта. ● Работы: Обучение персонала заказчика работе со сложным оборудованием, предоставление инструкций, видеоуроков, "горячая линия" поддержки. Д. Дополнительные услуги Услуги, которые не являются обязательными для функционирования продукта, но повышают удобство его использования. ● Работы: Установка и монтаж оборудования на месте у клиента, настройка программного обеспечения, утилизация старого товара при покупке нового. Цель: Обеспечить бесперебойную работу продукта на протяжении всего срока службы, минимизировать простои у клиента и сформировать его лояльность для повторных покупок. 4. Дополнительный (сопутствующий) сервис Эти услуги, которые напрямую не связаны с эксплуатацией основного продукта, но делают его использование более полным и удобным.
---------------	---

9	Дайте развернутый ответ на вопрос Виды сервиса по времени его осуществления	ПК-1, ПК-3
---	---	------------

Ответ:	Классификация сервиса по времени его осуществления — это одна из фундаментальных моделей в маркетинге и логистике услуг. Она рассматривает сервис не как разовое действие, а как непрерывный процесс, сопровождающий продукт на протяжении всего его жизненного цикла и взаимодействия с клиентом. Эта классификация делит все сервисные работы на три основные временные фазы: предпродажный, продажный и послепродажный сервис. Каждая фаза имеет свои цели, задачи и набор конкретных работ. 1. Предпродажный сервис (Сервис до покупки) Этот вид сервиса осуществляется до того, как сделка купли-продажи будет заключена. Его главная цель — подготовить покупателя к приобретению, снять его сомнения и страхи, а также технически подготовить продукт к продаже. Основные задачи: ● Информирование и консультирование потенциальных клиентов. ● Формирование имиджа надежного поставщика. ● Максимальное соответствие продукта потребностям клиента. Примеры работ: ● Консультирование: Ответы на вопросы о характеристиках товара, его отличиях от аналогов, условиях эксплуатации. ● Демонстрация: Тест-драйвы автомобилей, демонстрация работы промышленного оборудования, дегустация продуктов. ● Разработка спецификаций: В B2B-сегменте это может быть проектирование индивидуального решения под нужды заказчика. ● Предпродажная подготовка: Проверка и настройка товара (например, проверка давления в шинах и уровня жидкостей в автомобиле, сборка выставочного образца мебели). ● Подготовка документации: Разработка инструкций, технических паспортов, рекламных материалов. 2. Сервис в процессе продажи (Сервис в момент покупки) Этот сервис сопровождает непосредственно акт купли-продажи. Его цель — сделать процесс покупки максимально быстрым, удобным и комфортным для клиента, тем самым закрепив его положительное впечатление и завершив сделку на высокой ноте. Основные задачи: ● Обеспечение удобства и скорости совершения покупки. ● Устранение последних сомнений покупателя. ● Формирование положительного опыта в "точке контакта". Примеры работ: ● Организация расчетов: Предоставление различных способов оплаты (кредит, рассрочка, оплата картой, наличными). ● Оформление документов: Быстрое и безошибочное заключение договора, оформление гарантийного талона, выписка счета. ● Упаковка: Надежная и эстетичная упаковка товара, которая защищает его при транспортировке и служит элементом бренда. ● Создание комфортной среды: Работа примерочных в магазине одежды, наличие парковочных мест, помощь консультантов в торговом зале. ● Доставка "до двери": Услуга доставки товара непосредственно в момент покупки. 3. Послепродажный сервис (Сервис после покупки) Это наиболее обширная и важная фаза сервисного обслуживания. Она охватывает весь период эксплуатации продукта клиентом. Именно от качества послепродажного сервиса в наибольшей степени зависит долгосрочная лояльность клиента, его готовность к повторным покупкам и рекомендации другим. Основные задачи: ● Обеспечение бесперебойной работы продукта. ● Поддержание лояльности клиента. ● Создание дополнительных источников дохода для компании. Примеры работ: Эта фаза включает в себя несколько ключевых направлений: ● Гарантийное обслуживание: Бесплатный ремонт или замена продукта в случае обнаружения заводского дефекта в течение гарантийного срока. ● Техническое обслуживание (ТО) и ремонт: Профилактические работы для поддержания работоспособности (например, замена масла в автомобиле) и платный ремонт по истечении гарантийного срока. ● Обеспечение запасными частями: Организация производства, хранения и быстрой доставки запчастей. Это критически важный элемент логистики сервисного обслуживания. ● Обучение и консультации: Инструктаж по технике безопасности, обучение работе со сложным оборудованием, работа "горячей линии" поддержки. ● Дополнительные услуги: Установка и монтаж оборудования, настройка программного обеспечения, утилизация старого товара. Взаимосвязь видов сервиса Важно понимать, что эти три вида сервиса тесно взаимосвязаны и образуют единую систему. Недостаток внимания к любому из этапов может свести на нет усилия на других: 1. Отличный послепродажный сервис не спасет репутацию компании, если предпродажное консультирование было некомпетентным и ввело клиента в заблуждение. 2. Удобный сервис в процессе продажи не принесет пользы, если купленный товар постоянно ломается, а послепродажный ремонт занимает месяцы. 3. Эффективный предпродажный маркетинг создаст поток клиентов, но если процесс покупки (сервис в процессе продажи) будет медленным и неудобным, клиенты уйдут к конкурентам.
---------------	---

10	Дайте развернутый ответ на вопрос Понятие логистического сервиса и его необходимость	ПК-1, ПК-3
	Ответ: Логистический сервис — это совокупность действий и процессов, которые логистическая система (компания или ее подразделение) выполняет для удовлетворения потребностей клиентов в процессе управления материальными, информационными и финансовыми потоками. Если говорить проще, это не просто доставка товара из точки А в точку Б, а весь комплекс услуг, который сопровождает этот процесс и создает ценность для потребителя. В современной экономике логистический сервис перестал быть просто технической функцией. Он стал стратегическим инструментом для получения конкурентного преимущества. Ключевые составляющие логистического сервиса Логистический сервис охватывает все этапы взаимодействия с клиентом и товаром: 1. Информационный сервис: Предоставление информации о статусе заказа, наличии товара на складе, предполагаемом времени доставки. Это включает в себя трекинг грузов, уведомления по SMS/email и доступ к личному кабинету. 2. Сервис наличия (Order Fill Rate): Способность компании обеспечить наличие требуемого товара в нужном месте и в нужное время. Это один из самых важных показателей, так как отсутствие товара на полке — это прямая упущенная выгода. 3. Сервис выполнения заказа: Скорость и точность обработки заказа с момента его получения до момента отгрузки. Сюда входит правильность комплектации, упаковки и подготовки сопроводительных документов. 4. Сервис доставки (Lead Time): Соблюдение сроков доставки. Это включает надежность (доставка в обещанный день) и скорость (минимально возможное время от заказа до получения). 5. Послепродажный логистический сервис: Организация возврата товара (обратная логистика), гарантийное обслуживание, доставка запчастей и ремонт. Необходимость логистического сервиса Необходимость развития и поддержания высокого уровня логистического сервиса обусловлена несколькими фундаментальными причинами. 1. Прямое влияние на конкурентоспособность В условиях, когда товары многих производителей по цене и качеству становятся похожими, сервис становится главным полем битвы за клиента. Покупатель часто выбирает не сам товар, а то, насколько удобно, быстро и предсказуемо он может его получить. ● Пример: Два интернет-магазина продают одинаковые смартфоны. Магазин "А" обещает доставку за 3 дня, а магазин "Б" — за 24 часа с возможностью отслеживания. При прочих равных условиях большинство клиентов выберет магазин "Б". Скорость и удобство доставки стали решающим фактором. 2. Формирование лояльности и удержание клиентов Качественный сервис создает положительный клиентский опыт. Клиент, который получил свой заказ вовремя, в целости и сохранности, и при этом был информирован о его движении, с высокой вероятностью вернется за повторной покупкой. Удержание существующих клиентов обходится компании значительно дешевле, чем привлечение новых. 3. Оптимизация затрат и управление рисками На первый взгляд, качественный сервис требует затрат (например, на содержание склада для обеспечения постоянного наличия товара). Однако он позволяет оптимизировать общие издержки: ● Снижение затрат на дефицит: Отсутствие товара на складе приводит не только к потере текущей продажи, но и к потере лояльности клиента в будущем. ● Снижение затрат на избыточные запасы: Эффективное управление сервисом позволяет не замораживать деньги в излишках товара, а поддерживать оптимальный уровень запасов. ● Управление репутационными рисками: Один негативный отзыв о сорванных сроках доставки может нанести серьезный ущерб бренду, особенно в эпоху социальных сетей. 4. Создание дополнительной ценности Логистический сервис является неотъемлемой частью самого продукта. Для клиента ценность — это не просто смартфон, а смартфон, который доставят ему домой на следующий день. Таким образом, логистика перестает быть центром затрат и становится центром создания добавленной стоимости. 5. Адаптация к современным моделям потребления Рост электронной коммерции (e-commerce) и модель "экономики по требованию" (on-demand economy) были бы невозможны без высокоразвитого логистического сервиса. Потребители привыкли к быстрой доставке, бесплатному возврату и полной прозрачности процесса. Компании, которые не могут обеспечить этот уровень сервиса, просто не выживают на этом рынке. Заключение Логистический сервис — это не роскошь, а базовая необходимость для любого бизнеса, работающего на современном рынке. Он является мостом между производством и потреблением, и от прочности этого моста зависит успех компании. Эффективное управление логистическим сервисом позволяет не просто доставить товар, а выстроить долгосрочные отношения с клиентом, основанные на доверии и предсказуемости.	

7.1. Уровни овладения

Компетенция: ПК-1 Способен организовать оптимальный процесс перевозки груза в логистической цепи поставок.

Индикатор достижения компетенции: ПК-1.1 Сравнивает виды и классификацию логистических услуг, организует наиболее эффективные схемы взаимоотношений в процессе оказания логистической услуги перевозки груза в цепи поставок.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Индикатор достижения компетенции: ПК-1.2 Участвует в планировании и организации оптимального процесса перевозки груза в цепи поставок.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-3 Способен организовать процесс оказания логистических услуг с улучшенными требованиями по качеству в цепи поставок.

Индикатор достижения компетенции: ПК-3.1 Организует процесс оказания логистических услуг в цепи поставок.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
---------	----------------	-----------------

Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Индикатор достижения компетенции: ПК-3.2 Организует процесс улучшения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Тяпухин, А. П. Логистика в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / А. П. Тяпухин. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 386 с - 978-5-534-02246-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585196> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Тяпухин, А. П. Логистика в 2 ч. Часть 2: учебник для вузов / А. П. Тяпухин. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 223 с - 978-5-534-02248-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585197> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Маликова, Т. Е. Складская логистика: учебник для вузов / Т. Е. Маликова. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 156 с - 978-5-534-18553-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/588761> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг в общественном питании: учебник для вузов / С. Б. Жабина. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 258 с - 978-5-534-18828-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585961> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Сергеев, В. И. Логистика снабжения: учебник для вузов / В. И. Сергеев, И. П. Эльяшевич. - 5-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 472 с - 978-5-534-19944-4. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583311> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Неруш, Ю. М. ТранСПОРТная логистика: учебник для вузов / Ю. М. Неруш, С. В. Саркисов. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 301 с - 978-5-534-19153-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583200> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <http://pravo.gov.ru/> - Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации»
2. <https://minfin.gov.ru/> - Министерство финансов Российской Федерации (Минфин России)
3. <http://www.gks.ru/> - Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики)

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.gov.ru> - Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия»)

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. "Astra Linux Special Edition" РУСБ.10015-01;
2. Справочно-правовая система "Консультант Плюс";
3. Мой офис;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. Справочно-правовая система "Гарант-Максимум";

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ

Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения