

Секция инженерно-экономическая
или временного интервала. Нерегламентированное – работы, потребность в которых выявляется при проведении периодических осмотров. Устраняются выявленные замечания обычно без остановки технологического процесса [2].

Таким образом, послепродажное обслуживание играет важную роль в обеспечении конкурентоспособности товаров. При прочих равных условиях, потребители предпочтут товар той фирмы, у которой наиболее лучше организована сервисная политика.

ЛИТЕРАТУРА

1 Аникин, Б.А., Тяпухин, А.П. Коммерческая логистика: учебник. – Москва: МГТУ, 2013.

2 Пузыревская, А. А., Ястремская, П. В. Промышленный сервис: тексты лекций. – Минск: БГТУ, 2014.

УДК 339.138

Студ. А.С.Третьякова, Г.Позняк

Науч. рук. стар. преп. А.А.Пузыревская
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА И ЭТАПЫ ОРГАНИЗАЦИОННОГО СТАНОВЛЕНИЯ СЛУЖБЫ СЕРВИСА

Сервис имеет органическую связь со сферой производства, технического усовершенствования, сбыта физического продукта и другими звенями системы маркетинга производителя.

«Качество сервиса есть ключ к коммерческому успеху», – считает Жак Горовиц, специалист по стратегии и управлению внешнеэкономическими связями. Он выдвигает восемь правил организации эффективного сервиса:

1. Стратегия.
2. Связь с покупателем. Реклама и нерекламные статьи – путь к формированию покупательских предпочтений, прочных связей между фирмой и клиентами.
3. Ясность требований, предъявляемых предприятием к своему персоналу.
4. Четкая система снабжения.
5. Обучение персонала сервисной службы. Стандарт обслуживания должен быть доведен до всех сотрудников, связанных с сервисом.
6. Отсутствие дефектов в обслуживании.
7. Необходимо систематически опрашивать клиентов для выяснения их отношения к предлагаемым сервисным услугам компаний.

Секция инженерно-экономическая

8. Всегда подходить к обслуживанию клиентов творчески.

Создание сильной сервисной службы – предмет заботы всех успешно работающих предприятий. Организационное становление службы сервиса проходит в четыре этапа, которые четко разделяются: Этап 1. Функция сервиса переводится в ранг центра затрат и присоединяется к функции сбыта. Этап 2. Функция сервиса становится источником прибыли, она получает директивы от функции маркетинга и стремится проявить больше независимости от функции сбыта. Этап 3. Функция сервиса становится одним из центральных источников прибыли. Этап 4. В целях широкого охвата рынков производитель преобразует службу сервиса в сеть филиалов [1].

Таким образом, система сервисного сопровождения создает имидж промышленного предприятия, устанавливает тесные связи с потребителями, формирует спрос на его продукцию. Специалисты по сервису аккумулируют большой объем технической и экономической информации, касающейся одновременно работы обслуживающего ими физического продукта и поведения потребителей. Эта информация важна при разработке новых видов продукции и определении перспективных направлений сбытовой политики.

ЛИТЕРАТУРА

1 Пузыревская, А. А., Ястремская, П. В. Промышленный сервис, Минск 2014. – 118с.

УДК 629.331.083

Студ. Е.Н. Андрухович, Д.И. Мацкель
Науч. рук. стар. преп. А.А.Пузыревская
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

**ТЕХНИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ СЕРВИСНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Актуальность темы определяется тем, что в наше время человечество становится все более требовательным к качеству потребляемых услуг, поэтому развитие стандартизации сейчас является наиболее важным направлением в экономической сфере. Развитие сервисного бизнеса предполагает, что система сервисного обслуживания должна быть предельно удобной, доступной для всех клиентов. Сервис становится более удобным, прозрачным, превращается в самостоятельный бизнес с многомиллионными оборотами и самое первое, с чего все начинается, это с оформления соответствующей документации.

В данном материале будет рассмотрена техническая