

Литература

1. Новосядлий С.П, Физико-технологические основы субмикронной технологии ВИС, - Ивано-Франковск: Симик, 2003, 351с.

УДК 339.188.4

**ПОСЛЕПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
ТЕХНИКИ – ЭЛЕМЕНТ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ**

Третьякова Л.И. (НУ «Львовская политехника»)

Рассмотрены вопросы организации послепродажного сервисного обслуживания электрооборудования в аспекте логистической системы предприятия.

Рыночные условия, в которых функционируют современные предприятия, требуют принципиально новых подходов к деятельности предпринимательских структур, поскольку традиционные системы управления процессами поставки, производства и сбыта не обеспечивают адекватного реагирования на быстрые изменения рыночной среды. Для обеспечения конкурентных позиций предприятия на рынке актуальным становится применение концепции логистической цепи, которая позволяет управлять его ключевыми процессами лучше, чем конкуренты. К ключевым процессам можно отнести разработку новых продуктов, развитие партнерства с поставщиками, основные и вспомогательные процессы производства, циклы реализации заказов и управление контрактами с заказчиками. Сокращение жизненного цикла товаров, рост популярности практики «точно в срок» и превращение рынков продавцов в рынки покупателей, способность предприятия быстро и гибко реагировать на текущий спрос, благодаря концепции логистической цепи может обеспечить ему стойкое конкурентное преимущество.

Логистический подход к оценке материальных потоков, их организации и регулированию с момента изготовления продукции до ее производственного потребления способствует развитию связей между поставщиками и потребителями электротехнической продукции. Организуя и контролируя материальный поток на входе и выходе производственной системы, предприятие заинтересовано в улучшении показателей не только самой производственной системы, но соответственно и партнера (потребителя). Стремясь улучшить собственные показатели, предприятие должно заботиться об интересах покупателя и условиях для развития партнерских отношений с поставщиками и заказчиками, обеспечивая себе тем самым конкурентные преимущества.

Послепродажное обслуживание потребителей электротехнической продукции играет важную роль в улучшении позиций предприятия и получении преимуществ над конкурентами на рынке при качественном и своевременном обслуживании техники с минимальными издержками. Очевидно, что предприятия, которые выпускают сложную технику, должны рассматривать ее сервисное обслуживание как элемент логистической цепи, то есть систему комплексного изучения спроса с целью организации производства и оказания услуг, максимально ориентированных на удовлетворение запросов конкретных потребителей и обеспечение наиболее эффективных форм и методов сбыта и послепродажного обслуживания.

Новые экономические условия требуют новых решений не только в основном производстве, но и во вспомогательном – электроремонтном. Деятельность ремонтных подразделений должна охватывать все функциональные сферы их работы, то есть исследования, поставки ремонтного фонда и материалов, обеспечение запасными частями и сервисное послепродажное обслуживание электрооборудования. В ремонтном производстве предусмотрены разнообразные организационные формы ремонтных работ и услуг, оперативность в выполнении зака-

зов, гибкая ценовая политика, проведение ремонтных работ в соответствии с графиком, постоянное наличие на электротехнических предприятиях обменного фонда, выполнение как гарантийного так и послегарантийного обслуживания.

Рассмотрение ремонтного производства как элемента логистической цепи электротехнического предприятия предполагает и соответствующие подходы к формированию производственной деятельности, прогнозированию и изучению ремонтного рынка, к оценке собственных возможностей и мощностей электроремонтного подразделения, информационного и финансового обеспечения интегрированной логистической системы предприятия, начиная со снабжения материалами и запасными частями и заканчивая сбытом новой и отремонтированной техники, а также предоставления логистических услуг потребителям. Логистический подход к организации ремонтного обслуживания на электротехнических предприятиях даст возможность предложить потребителю электротехнические изделия с необходимыми характеристиками в необходимом количестве, в необходимом месте, в необходимом времени с минимальными затратами, что может обеспечить предприятию необходимое конкурентное преимущество.

В связи с этим большое значение имеет построение организационных форм ремонта и сервисного обслуживания электрооборудования.

Сервис электротехнического оборудования можно организовать следующим образом:

- службой фирмы производителя (электроремонтной, снабженческой);
- службой сервиса фирмы поставщика отдельных систем ремонтной техники;
- специальными сервисными фирмами по договоренности с фирмой производителем;
- агентами(дилерами), которые рекламируют и продают этот товар;
- работниками фирмы покупателя, которые прошли специальную подготовку и работают под руководством работников фирмы производителя.

Каждая из представленных форм имеет свои преимущества и недостатки. Независимо от того, каким методом осуществляется сервис, продавец несет полную ответственность за его качество. Поэтому в случае поставок и ремонта сложного электрооборудования (электромашины большой мощности, трансформаторы V-VI габаритов и т.д.) важно, чтобы представители производителя и покупателя товара сотрудничали, что будет способствовать быстрому и бесконфликтному решению различных проблем.

Из всего разнообразия существующих организационных форм технического обслуживания можно выделить три:

- 1) техническое обслуживание осуществляет фирма производитель;
- 2) специализированное предприятие;
- 3) фирма - продавец.

Основной формой является организация технического обслуживания фирмой производителем на базе собственных цехов гарантийного и послегарантийного ремонтов или на базе больших центров технического обслуживания с его филиалами. Большое значение в области технического обслуживания имеют специализированные электроремонтные предприятия, в состав которых кроме технических центров гарантийного и послегарантийного ремонта, должны входить оптовые и розничные торговые предприятия, которые специализируются на продаже как электрооборудования общепромышленного назначения так и бытовых электроприборов.

Сервисные организации могут представлять собой технические центры со своими производственными мощностями, созданные как опорные пункты технического обслуживания, могут быть филиалами, расположенными в местах максимальной концентрации электрооборудования. Техническое обслуживание должно быть тесно связано с техническими службами, которые передают информацию техническим отделам о состоянии техники во время эксплуатации для того, чтобы использовать эти данные при разработке новой техники. Кроме того, такие сервисные организации должны быть тесно связаны со службой сбыта, которая разра-

бывает информацию про услуги допродажного и послепродажного сервиса электротехнических изделий.

Сервисное обслуживание должно учитывать также специфику выполнения ремонта электрооборудования на производственных электроремонтных фирмах, деятельность которых характеризуется следующим:

- широкой номенклатурой ремонтируемых объектов;
- отсутствием работ характерных при изготовлении новых изделий (штамповочных, литейных и т.д.);
- выполнением работ по замене изношенных деталей и узлов;
- выполнением в одном производственном подразделении ремонта оборудования широкой номенклатуры, выпускаемого предприятиями нескольких подотраслей;
- ремонт электрооборудования уже снятого с производства, а также импортного;
- проведением ремонта электрооборудования не только в стационарных условиях, но и на месте установки (выездной ремонт).

Таким образом, сервисное техническое обслуживание представляет собой комплекс мер, направленных на поддержание техники в состоянии постоянной готовности к эффективной эксплуатации у потребителя при обеспечении рациональных экономически целесообразных издержках. Сервисное техническое обслуживание электротехники для достижения высокого уровня конкурентоспособности должно учитывать не только организационно-технические, но и экономические показатели. Рассмотрим оценочные показатели, которые характеризуют экономические результаты электроремонтных предприятий.

Некоторые показатели, действующие сегодня не дают возможности объективно оценить результаты работы электроремонтных подразделений. Например, такой показатель как объем реализации с учетом выполнения договорных поставок учитывает только два варианта - выполнения заказов : в срок или невыполнение ремонта в срок. Для заказчика, который управляет электрооборудование специализированным ремонтным предприятием, срок выполнения ремонтных работ, особенно крупного электрооборудования, является очень важным. Поэтому часто, вследствие продолжительности перевозок и сроков ремонтов (для электрооборудования мощностью 100кВт – 60 дней) заказчики отказываются от услуг таких специализированных электроремонтных организаций и ремонт проводится или своими силами , или кустарными организациями, что сокращает срок нахождения оборудования в ремонте, но значительно снижает его качество. Следующий показатель – цена ремонтных работ. Обоснованием для нее является снижение всех затрат, в первую очередь трудовых, за счет концентрации и специализации ремонтных работ. В этом случае увеличение прибыли за счет снижения себестоимости имеет ограниченные возможности в сравнении с изготовлением новой техники , поскольку часть ручных работ в электроремонтном производстве всегда выше чем в основном производстве. Однако повышение качества ремонта , выполнение его «точно, своевременно» с предоставлением логистических услуг потребителю отремонтированной техники, может позволить увеличить ценность услуг и соответственно оптовую цену. Поэтому для сервисных ремонтных организаций должны быть разработаны условия работы, основанные на логистической концепции обслуживания, что даст возможность повысить эффективность производства ремонтов и обслуживания потребителей электротехники.

Весь период функционирования электротехнических изделий во время сервисного обслуживания можно поделить на гарантийный и послегарантийный.

В гарантийный период необходимо:

- провести подготовку к введению в эксплуатацию, провести проверку технического состояния и регулирования в соответствии с инструкцией завода-изготовителя;
- проводить регулярный инструктаж обслуживающего и технического персонала мастеровских и баз обслуживания про условия эксплуатации электрооборудования;
- регулярно и своевременно проводить надзор за проведением текущих ремонтов и выполнением потребителем инструкций по эксплуатации;

- рассматривать рекламации потребителей и устранять выявленные дефекты за счет ремонта или замены дефектных изделий;
- вести учет всех работ по обслуживанию электрооборудования, а также всех претензий, которые поступают от потребителей;
- в согласованный срок предоставлять производителю отчет о выявленных неисправностях изделий для их дальнейшего усовершенствования.

В послегарантийный период:

- осуществлять обслуживание электрооборудования (техосмотр и текущие ремонты) в объемах и сроки определенные инструкциями предприятия-изготовителя;
- своевременно заказывать у производителя необходимые для бесперебойной работы запасные части;
- обеспечивать заказы потребителей на запасные части в оптимальные сроки, как в гарантийный так и послегарантийный период.

В гарантийный период все затраты, связанные с поддержанием техники в рабочем состоянии должен нести производитель, в послегарантийный – потребители. Отечественная и зарубежная практика свидетельствуют о том, что гарантийный период составляет значительно меньшую часть (1-3 года) срока службы изделий (10-15 лет). В связи с этим для потребителей наиболее важным и ответственным является поддержание электрооборудования в состоянии эксплуатационной готовности после окончания гарантий. Поэтому фирма, которая осуществляет сервисное послегарантийное обслуживание, должна выполнять комплекс ремонтных работ при минимально возможных издержках у потребителя электротехники. Эта цель может быть достигнута благодаря повышению качества ремонтных работ, а также уменьшению простоев техники в ремонтах.

Выполнение этого задания возможно при переходе на партнерские отношения между сервисными организациями и потребителями. При этом должны выполняться следующие условия:

- показатели работы сервисных организаций должны быть обоснованы, отражать заинтересованность всего коллектива сервисной организации в результатах своей деятельности и отвечать интересам экономики;
- количество их должно быть оптимально и функционировать они должны на основе принципов логистики.

Сервисные организации электроремонтной подотрасли должны перейти на долгосрочные взаимоотношения с потребителями, то есть договора на ремонтное обслуживание заказчиков должны заключаться на 10-15 лет, то есть на срок службы большинства типов электрооборудования, и, как минимум на пятилетний период, что позволит наиболее точно оценивать качество работы сервисной организации.

Взаимоотношение сервисных организаций с производителями техники – это большая отдельная проблема. Производственно-хозяйственная деятельность производителей электротехники и сервисной ремонтной организации должна осуществляться на основе партнерских отношений и оцениваться как результат совместной работы.

Сервисное техническое обслуживание в условиях логистической системы должно рассматриваться как элемент этой системы, поскольку основными требованиями в обслуживании электротехнического оборудования является оперативность выполнения заказов, высокое качество ремонтных услуг, гибкая цена на сервисные услуги.

Интеграция всех элементов логистической системы, включая производство, ремонт и обслуживание электрооборудования будет способствовать повышению ценности предоставляемых услуг для потребителя и значительно повысит их конкурентоспособность.