
II. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 65.012.14:338.46:658.589

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОЛОЖЕНИЙ ИННОВАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ В СФЕРЕ УСЛУГ

Т. Н. Скоробогатова, доктор экономических наук

На современном этапе экономического развития особенно быстрое развитие получила логистика как наука об управлении экономическими потоками (основными – материальными и обслуживающими – кадровыми, финансовыми и информационными). Различные подходы к логистике обусловили ряд ее классификаций. Например, по функциональным этапам логистика делится на снабженческую (заготовительную, закупочную), внутрипроизводственную и сбытовую (распределительную), по субстанции потока – на материальную, кадровую, финансовую и информационную, по приложению к предпринимательской деятельности – на производственную, коммерческую и финансовую (на основе [1]). В условиях превалирования инноваций естественно появление концепции, разграничивающей логистику на базовую и инновационную. Сущность концепции в том, что базовая логистика определяется как деятельность, включающая повторяющиеся операции на достигнутом в данном периоде уровне эффективности. Инновационная же логистика предполагает совершенствование модели управления, направленной на повышение эффективности существующих и

продуцирование новых товаров [2]. На уровне предприятий, где персонал загружен рутинной работой, проведение подобных мероприятий не всегда возможно. Поэтому требуется выделение специальных структур, занимающихся проблемами разработки и внедрения логистических нововведений как целевой функции инновационной логистики. Ускорение процесса логистизации (отталкиваясь от характеристик А. Н. Родникова и А. И. Семененко [3, 4]), мы определяем данный процесс как упорядоченную на оси времени последовательность логистических операций для достижения определенного результата) ставит данную концепцию в ряд актуальных и обуславливает необходимость конкретизировать ее положения для разных видов деятельности.

Весьма актуально применение данной концепции в сфере услуг. Дело в том, что развитие названной сферы обусловило практическое применение здесь разнообразных и разномасштабных нововведений. Однако необходимостью является их систематизация и подведение под них теоретико-методологической базы. Такое положение и обусловило написание статьи.

Апологетом указанной концепции является Д. Т. Новиков, а развитием занимались такие ученые, как В. Н. Голоскоков, М. Ю. Кричмарь, О. Н. Курбатов, Ф. Д. Новиков, И. О. Проценко, И. А. Соколов, И. В. Теренина [2, 5–12] и др. Однако приведенная концепция рассматривается указанными авторами в большей степени относительно материального производства и не касается сферы услуг. В качестве исключения можно назвать работы В. Н. Голоскокова, посвященные логистике услуг железнодорожного транспорта [5]. Но указанный вид деятельности имеет особую отраслевую иерархию, определяющую в качестве первичного хозяйственного звена не предприятие, а железнодорожную станцию. В условиях же развития сервисных предприятий имеет смысл адаптировать к ним данную концепцию. Кроме того, имеется ряд разработок, касающихся инновационной логистики в туризме, в частности [9, 11, 12], но их авторы подходят к туризму не с точки зрения составляющей сферы услуг, а рассматривают его автономно, что,

вероятно, объясняется спецификой и комплексностью данной деятельности.

Поэтому целью статьи является развитие основных положений инновационной логистики применительно к сфере услуг в целом и представление их в концептуальной форме.

Базовая логистика, как указывает Д. Т. Новиков, предусматривает совершенствование простейших логистических активностей, особенно в области логистического сервиса [2, с. 24]. Такое положение правомерно для материального производства, где функции сервиса имеют вторичный характер. Нововведения здесь касаются в основном самого процесса производства и носят масштабный (часто итерационный) характер. Сопутствующие же услуги предусматривают локальные нововведения. В сфере обслуживания услуги выступают в качестве основного продукта, то есть играют главную роль. Некоторые отличия услуг в материальном производстве и собственно сфере услуг представлены в табл.

Таблица

Сравнение услуг в материальном производстве и собственно сфере услуг

Характеристика	Материальное производство	Сфера услуг
Характер обслуживания	Вторичный	Первичный
Факторы, определяющие тенденции изменения производства и спроса на услуги	Научно-технический прогресс	Научно-технический прогресс, мода
Стандартизация	Полная	Частичная
Субъекты услуг	Участвует команда исполнителей	Во многих случаях обслуживание осуществляют индивидуалы
Изменяемость услуг	Относительное постоянство	Вариабельность, гибкость с учетом специфики группы потребителей
Разрыв между услугами	Услуги оказываются фрагментарно	Обслуживание носит непрерывный характер

Подчеркнем, что в материальном производстве нововведения носят скачкообразный характер. В сфере же услуг требуется их постоянная модернизация, что обусловлено непосредственным контактом продуцента с потребителем, требования которого иногда меняются даже в течение процесса обслуживания. Постоянное изменение спроса потребителей под влиянием научно-технического прогресса, моды и других факторов обуславливает необходимость модификации суще-

ствующих и внедрения новых услуг, модернизации форм обслуживания и введения в процесс новых элементов. При этом в основном нововведения здесь не такие затратные (и в финансовом, и во временном плане) как в материальном производстве.

Некоторые нововведения могут быть внедрены даже на уровне одного предприятия, но, конечно, кардинальные нововведения целесообразнее внедрять на уровне комплекса услуг. Идеальным вариантом, безусловно, яв-

ляется создание в сервисном комплексе специального подразделения, занимающегося разработкой и апробацией нововведений. Суть в том, что большинство сервисных нововведений имеет частный характер и предназначено для определенного вида услуг. Но некоторые нововведения отличаются общим подходом, хотя относительно того или иного вида услуг конкретизируются. Для их апробации и корректировки лучше всего подходит сервисный комплекс.

Особый интерес представляют нововведения в континуумах, поскольку касаются совершенствования и продукции, и услуги. В торговле между данными видами товара наблюдается разрыв. В ресторанном же хозяйстве они непосредственно связаны, поэтому модернизация продукта может быть сразу оценена. Подчас она требует и соответствующих изменений в услуге. Таким образом, нововведения в услугах как составляющих континуума могут быть двоякого рода: связанные с продукцией (и обычно, как следствие, с соответствующей услугой) и собственно услугой.

Как известно, базовая логистика ограничивается управлением поставками товаров. Согласно концепции инновационной логистики, она предполагает управление всеми потоковыми процессами [10, с. 37, 39]. В данном русле естественно выделение сервисной логистики как науки и практики управления потоками потребителей и обслуживающими их потоками, которая сама представляет собой кардинальное нововведение.

Инновационная логистика в материальном производстве направлена в основном на систему (субъект) управления. Действительно, сложность и масштаб управления здесь требует ее постоянного совершенствования. В сфере услуг инновационные принципы применяются к процессу оказания услуг потребителям, которые, в соответствии с концепцией сервисной логистики, являются и объектами управления, и объектами обслуживания.

Итак, под инновационной логистикой в сфере услуг мы понимаем комплекс мер социально-экономического, организационно-технического и другого характера, обеспечивающих необходимые условия (поддержку) для

внедрения отечественных и адаптации иностранных нововведений в процессы управления потоками потребителей (и сопутствующими потоками) и их обслуживание. Одной из таких мер в русле кадровой поддержки является формирование логистического мышления персонала. По нашему мнению, стержнем логистического мышления является ориентация на кратчайший путь достижения цели, как в прямом, так и в переносном смысле. Другими словами, в его основе должна лежать разумная минимизация всех видов издержек. В широком смысле под логистическим мышлением понимается совершенствование «организационных потоков и потоковых процессов, системной их целостности, установления и анализа обратных связей, стремления оценить эффективность решений и предвидения развития на перспективу» [14]. Понятие перспективы больше относится к материальному производству, поскольку здесь переориентация на выпуск новой продукции – дело непростое и небыстрое, требующее строгих расчетов. Но любое прогнозирование имеет определенную вероятность, так как полностью предвидеть отношение потребителей к новому товару невозможно. В материальном производстве продукция поступает к потребителю в зависимости от времени прохождения по логистической цепи, соответственно пролонгируется и информация о ее оценке. В сфере же обслуживания нововведение оценивается моментально, так как услуга сразу потребляется клиентом.

Отличием нововведений в логистике является их настроенность на сквозное управление потоком. Как уже указывалось, приоритетным потоком при производстве продукции является материальный. Глобальный подход к его управлению позволяет охватить всю траекторию движения от источника до конечного потребителя. Услуги (имеются в виду сопутствующие услуги) на протяжении этого движения оказываются фрагментарно. В сфере услуг основным управляемым потоком выступает потребительский. Обслуживание здесь имеет непрерывный характер. И здесь надо организовать его так, чтобы не упустить даже, на первый взгляд, незначительные моменты.

Несравнимое поле деятельности для нововведений предоставляет туризм. Именно в туризме имеется огромная возможность выявления и использования резервов управления движением и обслуживанием потребителей услуг, перемещающихся на длительные расстояния. Кардинальным нововведением, направленным на расширение обслуживания потребителей в инфраструктурной части, является образование городов-связей (населенных пунктов, находящихся на пути между культурно-историческими центрами и выполняющими функции обеспечения проходящих через него туристов инфраструктурными услугами [15]). Его внедрение позволяет обеспечить полноценный отдых туристов в перерывах между интенсивным осмотром культурно-исторических ценностей, предоставить рабочие места местным жителям, выделить элементы уникальности территории, сохранить природную среду.

Совершенствование управления потоками туристов можно рассматривать с точки зрения стратегии и тактики. В стратегическом плане сюда относится, к примеру, планирование интенсивности туристских потоков для той или иной территории в соответствии с сезонами, в тактическом – расчет оптимального количества групп и времени осмотра определенного объекта с целью рационального распределения туристов.

Традиционно основной поток в материальном производстве изображается в виде логистической цепи. В сфере же услуг движение клиента осуществляется по замкнутому контуру, так как он по окончанию процесса потребления услуг возвращается к исходной позиции (исключением являются транспортные услуги, то есть не связанные с туризмом и экскурсиями). Поэтому клиент, уже потребивший услугу, встречаясь с включающимся в процесс обслуживания клиентом, во многом служит для него важным советчиком. В туризме такой контур, конечно, носит условный характер, зато в связи со сравнительно редким потреблением данной услуги, значимость вернувшегося из путешествия индивида как информационного источника возрастает.

Одной из задач процесса логистизации, как известно, является образование систем. Базой создания микрологистической системы выступает предприятие. Указанная система включает внутреннюю подсистему, работа которой определяется технологическим процессом, и внешнюю подсистему, нацеленную на взаимодействие с окружающей средой. Нововведения в первой подсистеме связаны в основном с техническим совершенствованием, во второй – с непосредственным обслуживанием клиентов. Но здесь наблюдается более тесная связь между подсистемами, чем в материальном производстве, и задачи подсистем во многом пересекаются.

Выступая ориентиром деятельности предприятия, инновационный вектор непосредственно затрагивает стратегические направления его развития. Одно из направлений обусловлено конкурентной позицией предприятия, которая обуславливает целевую функцию: максимизацию прибыли или уменьшение издержек. В сфере услуг, даже в условиях «стройной логистики», снижение затрат должно быть следствием ликвидации потерь всех видов ресурсов в динамическом состоянии (потоки) и статическом состоянии (запасы), а не ухудшением качества обслуживания потребителей.

В материальном производстве инновационная логистика тесно связана со стратегической логистикой [10, с. 49–51]. В сфере обслуживания стратегическая инновационная логистика нацелена на разработку новых видов услуг в соответствии с выявленными тенденциями потребительского спроса. Касательно уже продуцируемых услуг, она применяется в основном по отношению к тем из них, которые носят сложный или эксклюзивный характер и выполняются в порядке аутсорсинга. В остальных случаях возможно применение и тактической логистики, к задачам которой относятся: рационализация расположения рабочих мест субъектов услуг, максимально удобных для перемещения персонала и потребителей, расчет уровня запасов материалов с учетом их потребления в данном периоде и пр.

С точки зрения системно-логистического подхода, одним из принципов эффективного

развития объектов хозяйствования является подчинение локальных целей глобальным. В материальном производстве, где предпочтительна работа в команде, противоречия на данной основе обычно касаются сопряжения интересов подразделений и предприятия в целом. В сфере услуг могут и часто возникают противоречия между отдельными исполнителями. При этом нововведение может выступить и катализатором, и нейтрализатором конфликтов. Поэтому оно должно быть стратегически продумано, и выбрана адекватная тактика его внедрения.

Следовательно, применение инновационной логистики в сфере услуг экономически оправдано. В отличие от материального производства, где услуги носят сопутствующий характер, здесь они выступают основным продуктом и требуют постоянного совершенствования. Инновационно-логистический вектор в сфере услуг направлен на модернизацию методов управления потоками клиентов, а также видов и форм их обслуживания. При этом выбор нововведений должен быть стратегически обоснован, а внедрение тактически разработано.

ЛИТЕРАТУРА

1. Григорьев М. Н. Логистика. Базовый курс : учебник / М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. – М. : Юрайт, 2011. – 228 с.
2. Новиков Д. Т. Формирование логистической поддержки продвижения научно-технических разработок / Д. Т. Новиков // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2012. – № 4. – С. 24–29.
3. Родников А. Н. Логистика. Терминологический словарь / А. Н. Родников. – М. : ИНФРА-М, 2000. – С. 123.
4. Семенов А. И. Логистика. Словарь и библиография : справочное пособие / А. И. Семенов. – С.Пб. : Изд-во ГУЭФ, 1999. – С. 39.
5. Голоскоков В. Н. Инновационная логистика в реформировании и развитии сферы услуг пассажирского железнодорожного транспорта : монография / В. Н. Голоскоков. – М. : Креативная экономика, 2008. – 424 с.
6. Курбатов О. Базовая и инновационная логистика как две части единой науки и сферы деятельности / О. Курбатов, Д. Новиков, Ф. Новиков // РИСК. – 2007. – № 2. – С. 60–67.
7. Курбатов О. Н. Условия использования инновационной логистики в различных сферах общественной деятельности / О. Н. Курбатов, И. О. Проценко, Ф. Д. Новиков // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2007. – № 4. – С. 49–60.
8. Курбатов О. Условия адаптации современных логистических новаций в транзитивной рыночной экономике / О. Курбатов, Д. Новиков // РИСК. – 2008. – № 2. – С. 106–113.
9. Новиков Д. Инновационная логистика в туризме / Д. Новиков, М. Кричмарь // РИСК. – 2006. – № 3. – С. 30–31.
10. Проценко И. О. Стратегическая логистика / И. О. Проценко. – М. : Изд. дом «МЕЛАП», 2005. – 368 с.
11. Рожкова Н. В. Формы и методы использования инновационной логистики на рынке туристских услуг (на примере туристских фирм г. Рязани) : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Наталья Викторовна Рожкова ; Рязан. гос. ун-т им. С. А. Есенина. – Рязань, 2007. – 160 с.
12. Соколов И. А. Потоки для путешествий: внедрение моделей инновационной логистики в деятельности туристских фирм в условиях устранения проблем их функционирования / И. А. Соколов // Российское предпринимательство. – 2007. – № 4, вып. 2. – С. 87–90.
13. Теренина И. В. Формирование инновационной логистики в структуре управления предприятием / И. В. Теренина // Интегрированная логистика. – 2011. – № 2. – С. 14–17.
14. Семенов А. И. Логистика. Основы теории : учебник для вузов / А. И. Семенов, В. И. Сергеев. – С.Пб. : Союз, 2001. – 510 с.
15. Скоробогатова Т. Н. Импульсы развития городов-связей как логистических сервисных мезосистем в плоскости управления туристскими потоками / Скоробогатова Т. Н. // Логистика: теория та практика. – 2012. – № 1 (2). – С. 157–163.