Архипкин О.В.
канд. экон. наук, доцент
Иркутский государственный университет

С думой… о клиенте

проектирование инфрасистем логистического сервиса

Обоснование создания инфрасистем, реализующих связность объектов инфраструктуры при организации интегрированного сервиса, – это новое и достаточно актуальное, на наш взгляд, направление научного поиска. В разработке его требуется осуществить, прежде всего, привязку инфрасистем к стадиям воспроизводства. Иными словами, речь должна идти о создании инфрасистем, обслуживающих производство, распределение, обмен и потребление, при этом, однако, соблюдение принципа жесткой специализации изначально ставится нами под сомнение. Напротив, вполне допускаются возможные варианты сочетаний: инфрасистемы, обслуживающие производство и распределение, или инфрасистемы, обслуживающие производство и потребление; последние трансформируются в производственные инфрасистемы, если речь идет о потреблении товаров производственного назначения. И так далее.

Применение приемов комбинаторного анализа в проектировании требует того, чтобы предусмотреть создание инфрасистем, обслуживающих распределение и обмен, то есть сферу товарного обращения, в рамках которых могут быть выделены специализированные подсистемы, обслуживающие процессы товародвижения. Область их предметной специализации определяют потоковые процессы, структурируемые движением отдельных составляющих интегрированного потока, а область функциональной специализации – заготовительная (закупочная) деятельность и сбытовая (распределительная) деятельность, осуществляемые на микроэкономическом уровне, то есть в основном хозяйственном звене. В силу указанной предметной и функциональной специализации эти дезагрегированные подсистемы могут быть названы логистическими инфрасистемами.

Логистические инфрасистемы рассматриваются нами как межотраслевые информационно–технологические системы обслуживания процессов товародвижения. Их отраслевой (модульный) состав обусловливается априор-

но составом логистических услуг. Предоставляемые в комплексе, интегрируемые по продукту и/или рынку логистические услуги формируют логистический сервис, относительно которого может развиваться особый вид услуг – управление логистическим сервисом. Потенциальная востребованность логистического сервиса обусловливается его способностью придавать товарам новые свойства, такие как полезность места, времени, доступности, формы, владения и пользования и т.д. (1, С. 91).

Логистический сервис – это особая область сферы сервиса, предметно и функционально специализированная на оказании логистических услуг, то есть услуг, связанных с формированием и организацией движения потоков. С позиции организации логистического сервиса первостепенное значение приобретает действие, которое сопряжено со структуризацией потоков.

Традиционно в логистике в качестве ключевых объектов управления выделяются материальные (товарно-материальные), финансовые и информационные потоки, при этом имеется в виду, что они могут интегрироваться и формировать сложно структурированные потоки однонаправленного или встречнонаправленного движения.

Как всякая целесообразная деятельность, логистический сервис в экономике может быть организован на принципах «самообслуживания», в том числе с элементами инсорсинга, или использования услуг сторонних организаций, в том числе при передаче функций обслуживания на аутсорсинг.

в деле организации логистического сервиса как сферы предпринимательства особое внимание уделяется маркетинговым аспектам логистики

В деле организации логистического сервиса как сферы предпринимательства особое внимание уделяется маркетинговым аспектам логистики. В этом смысле «логистический сервис» обнаруживает содержательное сходство с «сервисной логистикой» и строится на выполнении так называемых «8 правил логистики»: продукт – обеспечение нужного продукта, качество – необходимого качества, стоимость – с требуемым уровнем затрат, потребитель – доставка заявившему о своей потребности клиенту, количество – в необходимом количестве, время – в нужное время, место – в нужное место, персонифицированность – система обслуживания разрабатывается для каждого отдельного заказа (2, С. 8), добавим, на базе отраслевых модулей, созданных в логистической инфрасистеме.

Понятие логистического сервиса используется для описания комплекса операций, выполняемых поставщиком после получения заказа на производство и/или поставку продукции и до получения ее потребителем. Эти операции вклю-

чают доставку продукции, складирование и хранение, упаковку и консолидацию, а также перевозку различными видами транспорта. Сюда входят также такие операции, как выбор маршрута и составление графика движения. Цель этих операций — преодолеть территориальный разрыв между производством и потреблением. Однако целевая ориентация логистического сервиса выходит за рамки целевой ориентации отдельных операций. Его основная цель – выполнение требований, предъявляемых потребителем к системе обслуживания в целом (2, С. 55).

Всеобщий характер участия хозяйствующих субъектов в процессах товародвижения обусловливает массовость спроса на логистические услуги. Ограничением последнего представляются варианты самообслуживания, которые предполагают организацию логистики собственными силами. Тем не менее, они не подрывают в корне идею массовости спроса на логистические услуги в сервисной экономике, и это дает нам основание предложить использовать применительно к логистическим инфрасистемам элементы теории массового обслуживания.

Применение элементов теории массового обслуживания выявляет парадокс, который состоит в том, что массовый характер спроса на логистические услуги в экономике находится в противоречии с его индивидуальностью.

Смеем утверждать, что среди «8 правил логистики» - суть признаков - наиболее высоким рангом должен обладать признак персонифицированности, который естественным образом и всякий раз соотносится с признаком, поименованным в перечне как «потребитель»; все остальные признаки предстают соподчиненными с ним. И действительно, логистический сервис должен быть, прежде всего, адресным, в противном случае не возникает прецедента выбора продукта (в общем случае и услуги), в отношении которого этот сервис должен быть осуществлен.

понятие логистического сервиса используется для описания комплекса операций, выполняемых поставщиком после получения заказа на производство и/или поставку продукции

Та же причинно-следственная зависимость обнаруживается и в отношении других признаков. Так, качество сервиса предстает сугубо субъективной характеристикой, которая не имеет универсальных значений: качество как набор свойств услуги или продукта, в которой услуга получает свое воплощение, соизмеряется с потребностями и оценивается степенью их удовлетворения с точки зрения достижения удовлетворенности каждого отдельного клиента – носителя спроса.

Стоимость – это тот экономический барьер, который определяет выбор продукта. Для каждого клиента

он также индивидуален и определяется, по меньшей мере, его текущей платежеспособностью. Количество, время и место предстают признаками, которые наряду с продуктом, качеством и стоимостью являются основными параметрами заказов и задают технологический ритм функционирования логистических инфрасистем.

В информационно-технологическом процессе обслуживания указанное выше противоречие между массовым характером спроса на логистический сервис и его индивидуальностью может быть разрешено применением элементов теории расписаний. Ее инструментальные средства - качественные и вычислительных методы - позволяют упорядочить во времени использование устройств для обслуживания некоторого множества заявок. При этом должны быть удовлетворены определенные технологические условия и обеспечено достижение оптимального значения критерия качества расписания, который определяется содержанием конкретной задачи.

логистический сервис должен быть адресным, в противном случае не возникает прецедента выбора продукта, в отношении которого этот сервис должен быть осуществлен

С точки зрения организации логистического сервиса позитивным является то, что задачи теории расписаний формулируются чаще всего в терминах календарного планирования, кроме того, в рамки теории расписаний укладывается также задача сбалансированного конвейера (3, С. 579-580).

Выполненный инструментальный экскурс раскрывает возможность использования описанных методов при проектировании комплексов логистических услуг, предоставляемых «под заказ» конкретных потребителей с учетом задач, решаемых логистикой во всем многообразии ее приложений. Будучи за рамками логистической инфрасистемы, потребитель все таки должен быть признан ключевой фигурой, с ориентацией на которого должно происходить формирование инфрасистем как систем массового обслуживания, с одной стороны, и как систем, ориентированных на клиента, - с другой. По своей сути логистические инфрасистемы должны стать системами массового обслуживания с ориентацией на клиента.

Литература

1. Шеховцов Р.В. Сервисная логистика / Отв. ред. Д.Т. Новиков. – Ростов-на-Дону: Изд-во АПСН СКНЦ ВШ, 2003.

2. Миротин Л.Б., Ташбаев Ы.Э., Касенов А.Г. Логистика: обслуживание потребителей: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002.

3. Математика и кибернетика в экономике: Словарь-справочник. – М.: Экономика, 1975.