

УДК 338: 658.8
ББК 65.291.592
JEL L8 M31 M54 Q53 Q57

Основные понятия сервисной парадигмы в логистике

Скоробогатова Татьяна Николаевна, д.э.н., профессор, кафедра государственного и муниципального управления, Институт экономики и управления, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, Республика Крым, Россия
E-mail: stn57@mail.ru

Аборкина Екатерина Оскаровна, кандидат экономических наук, главный редактор журнала «В центре экономики», Москва, Россия
E-mail: melcaseo@mail.ru

Аннотация. Среди этапов развития логистики авторы более подробно останавливаются на описании современного периода развития логистики. В статье выделяется сервисная парадигма логистики, перечисляются задачи логистической сервисной системы.

Ключевые слова: сервисная логистика, управление, поток, отрасль, развитие, маркетинг, потребитель.

Basic concepts of the service paradigm in logistics

Tatiana N. Skorobogatova, doctor of Economics, Professor, Department of state and municipal management, Institute of Economics and management, V.I. Vernadsky Crimea Federal University, Crimea, Russia
E-mail: stn57@mail.ru

Ekaterina O.Aborkina, Candidate of Economic Sciences, Editor-in-Chief of the magazine "In the Center of Economics", Moscow, Russia
E-mail: melcaseo@mail.ru

Abstract: Among the periods of development of logistics, they dwell in more detail on the description of the modern period of development of logistics. The article highlights the service paradigm of logistics, lists the tasks of the logistics service system.

Key words: service logistics, management, flow, industry, development, marketing, consumer.

Введение

В настоящее время все более значимыми становятся процессы, нацеленные на обслуживание разного рода потребителей. Данное утверждение также касается логистики. Известно, что логистика выступает в ряде сущностей. В одной из них она рассматривается как деятельность, направленная не только на управление потоками потребителей, но и на их обслуживание.

Обсуждение

В данном ракурсе можно вести речь о новой парадигме логистики, а именно о сервисной парадигме. На сегодняшний день общепринятыми считаются четыре парадигмы логистики:

- 1) аналитическая,
- 2) технологическая (информационная),
- 3) маркетинговая,
- 4) интегральная.

Такую классификацию предлагают практически все авторы. Как указывает ряд авторов во главе с Б.А. Аникиным и Т.А. Родкиной, данные парадигмы тесно связаны с

этапами эволюционного развития логистики¹. Однако это происходит не всегда. Этапам развития логистики разные ученые дают различные толкования.

Как отмечают А.У. Альбеков, В.П. Федько и О.А. Митько, многие отечественные и зарубежные ученые определяют три периода развития логистики:

- 1) дологистический период,
- 2) период классической логистики,
- 3) период неологистики².

Еще шире рассматривает развитие логистики Е.В. Крикавский, который выделяет философский, военный и гражданский этапы, при этом разделяя гражданский этап на фазы фрагментарной логистики, частичной интеграции и целостной интеграции³. Большинство же ученых акцентирует внимание на логистике XX века, выделяя фрагментаризацию, становление, развитие, интеграцию⁴. Однако некоторые авторы, в частности И. Семенов, придерживаются другой точки зрения. Отталкиваясь от его публикации⁵, представим наиболее приемлемый, на наш взгляд, вариант этапов развития логистики:

- 1) генезис,
- 2) концептуализация,
- 3) систематизация,
- 4) экспансия.

Здесь необходимо обратить внимание на период систематизации, характерной чертой которого является создание логистических систем.

Определение современного периода развития логистики также неоднозначно. В частности, группа авторов считает, что логистика перешла на уровень экологической парадигмы⁶. Заметим, что одной из задач экологической логистики является управление потоками отходов с целью нанесения минимального ущерба населению и направление потоков пользователей природных благ в соответствующее русло, минимизируя ущерб окружающей среде. Указанные задачи перекликается с функциональной задачей сервисной логистики.

Как мы уже указывали⁷, современный период развития логистики целесообразно трактовать как сервисный. Сервисная деятельность направлена на удовлетворение потребностей потребителя в виде предоставления услуг физическим или юридическим лицам. «Под сервисным обслуживанием понимаем направление деятельности предприятия, которое обеспечивает взаимосвязь предприятия и потребителей при выполнении своих функций в сфере технического обслуживания⁸».

Классификация видов сервиса по сферам осуществления сервисного обслуживания включает торговую и финансовую деятельность, транспортное обслуживание, отрасль

¹ Аникин, Б.А. Логистика / Б.А. Аникин [и др.]. Под ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной. – М.: Проспект, 2020. – С. 15.

² Альбеков, А.У. Логистика коммерции / А.У. Альбеков, В.П. Федько, О.А. Митько. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – С. 18.

³ Крикавський, Є.В. Логістика. Основитеорії. – 2-е вид., доп. і перобл. / Є.В. Крикавський. – Львів: Національний університет "Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ+" Інститутупіслядипломноїосвіти), "Інтелект-Захід", 2006. – С. 12.

⁴ Аникин, Б.А. Логистика / Б.А. Аникин [и др.]. Под ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной. – М.: Проспект, 2020. – с. 10-15;2, с.10-18;

Григорьев, М.Н. Логистика. Базовый курс / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. – М.: ИД «Юрайт», 2011. – с. 19-25; Канке, А.А. Логистика / А.А. Канке, И.П. Кошечая. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИД «Форум» – ИНФРА-М, 2007. – с. 14-20.

⁵ Семенов, И. Маркетинг и стратегия организации / И. Семенов // Маркетинг. – 2004. – № 2 (75). – С. 112-125.

⁶ Левкин, Г. Анализ развития концепции логистики в историческом аспекте: от имманентного знания к экологической парадигме / Г. Левкин, Н. Куршакова, Р. Саттаров // Логистика. – 2019. – № 2. – С. 95, 96.

⁷ Скоробогатова, Т.Н. Сервисная логистика в рекреационном секторе: Монография / Т.Н. Скоробогатова – Симферополь: ДИАЙПИ, 2010. – с. 95, 96.

⁸ Новая модель повышения качества сервиса: контракты жизненного цикла на закупку и техническое обслуживание медицинских изделий / Менеджер здравоохранения. – 2020. – №5. – С.54.

здравоохранения, индустрию развлечений и спорта, научно-образовательную и управленческую сферы деятельности. Однако развитие всех перечисленных секторов экономики невозможно без логистики.

Включая логистический сервис, сервисная логистика охватывает и управление потоками людей как потребителей услуг, движущихся к месту их производства, как управление потоками пользователей природными благами, так и исполнителей услуг, перемещающихся к месту их потребления.

Данный этап, соответственно, обуславливает создание сервисной парадигмы. Названная парадигма предполагает разработку моделей потоковых процессов. Наиболее широкое поле деятельности здесь доступно для развития туристической отрасли, в которой возможно моделирование процессов от микро- до макроуровня.

Создание сервисной парадигмы отвечает современным тенденциям детерминации развития сферы услуг и повышению значимости человека, направленным на переход от «производства вещей» к «производству людей»⁹. Однако нельзя сказать, что сервисная парадигма исключает вопрос доставки продукции, отвечающей требованиям населения. В этом ракурсе она пересекается с маркетингом, многочисленные исследования которого нацелены на изучение спроса потребителей.

Согласно статье «Logistics customer service on the example of courier companies¹⁰» авторы подтверждают широту охвата данного термина в литературе, как в области маркетинга, так и логистической деятельности, выделяя несколько подходов к этой теме, в частности, этапы логистического обслуживания потребителей они рассматривают как разделение всего процесса обслуживания на три этапа: предварительная сделка, торговля и пост-трейд.

В статье «Принципы организации сервисной службы и ее роли в повышении конкурентоспособности предприятия» авторами подтверждается данное утверждение: «При этом необходимо учитывать, что сервисные службы, имеющие прямые контакты с конечными потребителями, являются ценнейшими источниками информации для маркетинговых исследований, изучения требований и запросов потребителей, выявления слабых сторон и дефектов продукции, вызывающих основные нарекания у потребителей, аккумуляции идей новых моделей и видов продукции с учетом предложений потребителей и т.д.¹¹»

Таким образом, в рамках сервисной логистики происходит образование логистических сервисных систем, нацеленных на управление человеческими потоками, а именно: потребителей и продуцентов услуг и распределение людей в процессе обслуживания.

В условиях пандемии, предусматривающей изоляцию, задачи логистической сервисной системы расширяются. Если в обычных условиях акцент делается на потребителях услуг, то в чрезвычайных ситуациях очень важно правильно распределить и потоки исполнителей услуг – потоки врачей. Что касается потребителей, то теперь важно распределить потоки с учетом минимального контакта людей. С этой целью логистические сервисные системы могут создаваться на мезо- (регион), микро- (городской микрорайон или сельское поселение) или даже на наноуровне (любая организация, где оказываются инновационные услуги). При этом первоочередной задачей логистической сервисной системы становится обеспечение населения необходимой информацией.

Действительно, значительную роль в сервисной парадигме имеет информационное обеспечение. Если информационные потоки в рабочей среде играют обслуживающую роль

⁹ Бурменко, Т.Д. Сфера услуг: экономика / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко; под ред. Т.Д. Бурменко. – М.: КНОРУС, 2007. – С. 47.

¹⁰ Matuszczak, A., Chrachol-Barczyk, U. (2016). Logistics customer service on the example of courier companies. *Marketing i Zarządzanie*, 5 (46), 58. DOI: 10.18276/miz.2016.46-06.

¹¹ Принципы функционирования сервисной службы, ее роль в повышении конкурентоспособности предприятий медицинской промышленности // Вестник Академии знаний. – 2020. – №37(2). – С.77.

по отношению к производству, то в жизнедеятельности людей они часто выходят на первый план. Такое положение особенно важно в условиях пандемии, когда необходимым является постоянное информирование людей о сложившейся на сегодняшний день ситуации. Население следует снабжать достоверными аналитико-синтетическими сведениями о положении в регионе и принятии превентивных мер.

Выводы

На сегодняшний момент имеется несколько подходов к периодизации логистики, но они не затрагивают современный этап ее развития. Настоящий же период развития логистики можно характеризовать как сервисный. Такое положение обусловлено созданием сервисной парадигмы, предполагающей разработку моделей потоковых процессов. На данном этапе на первый план выходят потоки потребителей товаров и обслуживающих их производителей. Такое положение обусловлено развитием логистического сервиса и выделением новой логистической ветви – сервисной логистики.

В условиях пандемии в целях соблюдения правил безопасности важной задачей логистики становится распределение потоков населения и медицинского персонала. Весьма значимую роль играет информационное обеспечение населения о ситуации на территории страны и своевременном принятии превентивных мер.

Литература

1. Альбеков, А.У. Логистика коммерции / А.У. Альбеков, В.П. Федько, О.А. Митько. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 512 с.
2. Аникин, Б.А. Логистика / Б.А. Аникин [и др.]. Под ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной. – М.: Проспект, 2020. – 408 с.
3. Бурменко, Т.Д. Сфера услуг: экономика / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко; под ред. Т.Д. Бурменко. – М.: КНОРУС, 2007. – 328 с.
4. Герцик Ю.Г. Новая модель повышения качества сервиса: контракты жизненного цикла на закупку и техническое обслуживание медицинских изделий // Менеджер здравоохранения. – 2020. – №5. – С.54-59.
5. Герцик Ю.Г. Принципы функционирования сервисной службы, ее роль в повышении конкурентоспособности предприятий медицинской промышленности / Ю.Г. Герцик, Г.Я. Герцик // Вестник Академии знаний. – 2020. – №37(2). – С.76-81. DOI: 10.24411/2304-6139-2020-10144
6. Григорьев, М.Н. Логистика. Базовый курс / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. – М.: ИД «Юрайт», 2011. – 782 с.
7. Канке, А.А. Логистика / А.А. Канке, И.П. Кошечая. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИД «Форум» – ИНФРА-М, 2007. – 384 с.
8. Крикавський, Є.В. Логістика. Основитеорії. – 2-е вид., доп. і перобл. / Є.В. Крикавський. – Львів: Національний університет "Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ+" Інститут післядипломної освіти), "Інтелект-Захід", 2006. – 456 с.
9. Левкин, Г. Анализ развития концепции логистики в историческом аспекте: от имманентного знания к экологической парадигме / Г. Левкин, Н. Куршакова, Р. Саттаров // Логистика. – 2019. – № 2. – С. 32-35.
10. Семенов, И. Маркетинг и стратегия организации / И. Семенов // Маркетинг. – 2004. – № 2 (75). – С. 112-125.
11. Скоробогатова, Т.Н. К вопросу об обслуживании потребителей: логистический ракурс // В центре экономики. – 2020. – №2. – С. 1-5. – Режим доступа: <https://vcec.ru/index.php/vcec/article/view/11>.
12. Скоробогатова, Т.Н. Сервисная логистика в рекреационном секторе: Монография / Т.Н. Скоробогатова – Симферополь: ДИАЙПИ, 2010. – 403 с.
13. Скоробогатова, Т.Н., Ротанов, Г.Н. О конкурентоспособности предприятий: логистический аспект / Т.Н. Скоробогатова, Г.Н. Ротанов // В центре экономики. – 2020. –

№1. – С. 29-33. – Режим доступа: <https://vcec.ru/index.php/vcec/article/view/8/24>. DOI: 10.24411/2713-2242-2020-00001.

14. Matuszczak, A., Chrachol-Barczyk, U. (2016). Logistics customer service on the example of courier companies. *Marketing i Zarządzanie*, 5 (46), 57-65. DOI: 10.18276/miz.2016.46-06

Reference

1. Albekov, A.U. *Logistics of commerce* / A.U. Albekov, V.P. Fedko, O. A. Mitko. – Rostov-on-Don: Phoenix, 2001. – 512 p.

2. Anikin, B.A. *Logistics* / B.A. Anikin [and others]. Ed. B.A. Anikina, T.A. Rodkina. – M.: Prospect, 2020. – 408 p.

3. Burmenko, Etc. *Service sector: economics* / Etc. Burmenko, N.N. Danilenko, T.A. Turenko; ed. Etc. Burmenko. – M.: KNORUS, 2007. – 328 p.

4. Gertsik Yu.G. A new model for improving the quality of service: life cycle contracts for the purchase and maintenance of medical devices // *Health Manager*. – 2020. – No. 5. – P.54-59.

5. Gertsik Yu.G. The principles of the service department functioning, its role in increasing the competitiveness of medical industry enterprises / Yu.G. Gertsik, G. Ya. Gertsik // *Bulletin of the Academy of Knowledge*. – 2020. – No. 37 (2). – P.76-81. DOI: 10.24411 / 2304-6139-2020-10144.

6. Grigoriev, M.N. *Logistics. Basic course* / M.N. Grigoriev, S.A. Uvarov. – M.: Publishing House "Yurayt", 2011. – 782 p.

7. Kanke, A.A. *Logistics* / A.A. Kanke, I.P. Koshevaya. – 2nd ed., Rev. and add. – M.: Publishing House "Forum". – INFRA-M, 2007. – 384 p.

8. Krikavsky, Є.V. *Logistics. Foundations*. – 2nd type., Add. i perobl. / Є.V. Krikavsky. – Lviv: National University "Lvivs'kapolitechnika" (Information and Vidavnichy Center "INTELEKT +" Institute of Education), "Intellect-Zakhid", 2006. – 456 p.

9. Levkin, G. Analysis of the development of the concept of logistics in the historical aspect: from immanent knowledge to the ecological paradigm / G. Levkin, N. Kurshakova, R. Sattarov // *Logistics*. – 2019. – No. 2. – P. 32-35.

10. Semenov, I. *Marketing and organization strategy* / I. Semenov // *Marketing*. – 2004. – No. 2 (75). – P. 112-125.

11. Skorobogatova, T.N. On the issue of customer service: a logistic perspective // *In the center of economics*. – 2020. – No. 2. – P. 1-5. – Access mode: <https://vcec.ru/index.php/vcec/article/view/11>.

12. Skorobogatova, T.N. *Service logistics in the recreational sector: Monograph* / T.N. Skorobogatova - Simferopol: DIAPI, 2010. – 403 p.

13. Skorobogatova, T.N., Rotanov, G.N. (2020). On the competitiveness of enterprises: the logistical aspect. In the *Center of Economy*, (1), 29-33. <https://doi.org/10.24411/2713-2242-2020-00001>.

14. Matuszczak, A., Chrachol-Barczyk, U. (2016). Logistics customer service on the example of courier companies. *Marketing and management*, 5 (46), 57-65. DOI: 10.18276/miz.2016.46-06.