

Скоробогатова Т.Н РОЛЬ ОБРАТНОЙ ЛОГИСТИКИ В УПРАВЛЕНИИ ПОТОКАМИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ

Развитие экономики Украины в современных условиях связано с появлением новых тенденций: дезагрегацией и диверсификацией производства, динамизмом технологий, готовностью работника к изменению профессии, расширением и усложнением общественных потребностей [1, с. 46]. Указанные явления, естественно, вызвали рост спроса на ряд услуг, в том числе на непроизводственные личные услуги.

Не случайно одной из характерных черт современной экономики является повышение доли сферы услуг населению в ВВП. Однако, сдерживающим фактором в данном процессе выступает самообслуживание. Как известно, причинами самостоятельного выполнения услуг являются (рис.1):

- 1) высокая цена услуги, выполняемой предприятиями;
- 2) хобби;
- 3) недоступность предприятий сервиса в силу удаленности и режима работы.

Первые два фактора рассмотрены нами ранее [2]. Анализу третьего фактора посвящена данная статья, в которой предлагается решение проблемы с помощью принципов обратной логистики. Словосочетание «обратная логистика» введено в экономическую терминологию Янченко В.Ф., который предлагает применять термин в случаях, когда потребители могут использовать стратегию проведения логистических операций при приобретении продукции, услуг, пользовании транспортом и др. [3, С. 88].

Естественно, что обратная логистика является частью логистики сферы обслуживания населения. В настоящее время вопросам использования логистики при оказании услуг населению в зарубежной литературе уделяется всё больше внимания, например, [4, с. 126–136], [5, с. 581–583]. К сожалению, данная проблема не находит должного отражения в работах украинских логистиков, что и явилось импульсом написания статьи.

Целью статьи является выявление путей привлечения дополнительных потребителей к услугам, оказываемым предприятиями сервиса, в результате использования обратной логистики. Соответственно цели, формулируются задачи статьи:

- рассмотреть сущность и виды обратной логистики;
- определить возможность применения принципов обратной логистики в процессе управления движением индивидуальных клиентов и соответствующих групп к сервисным предприятиям.

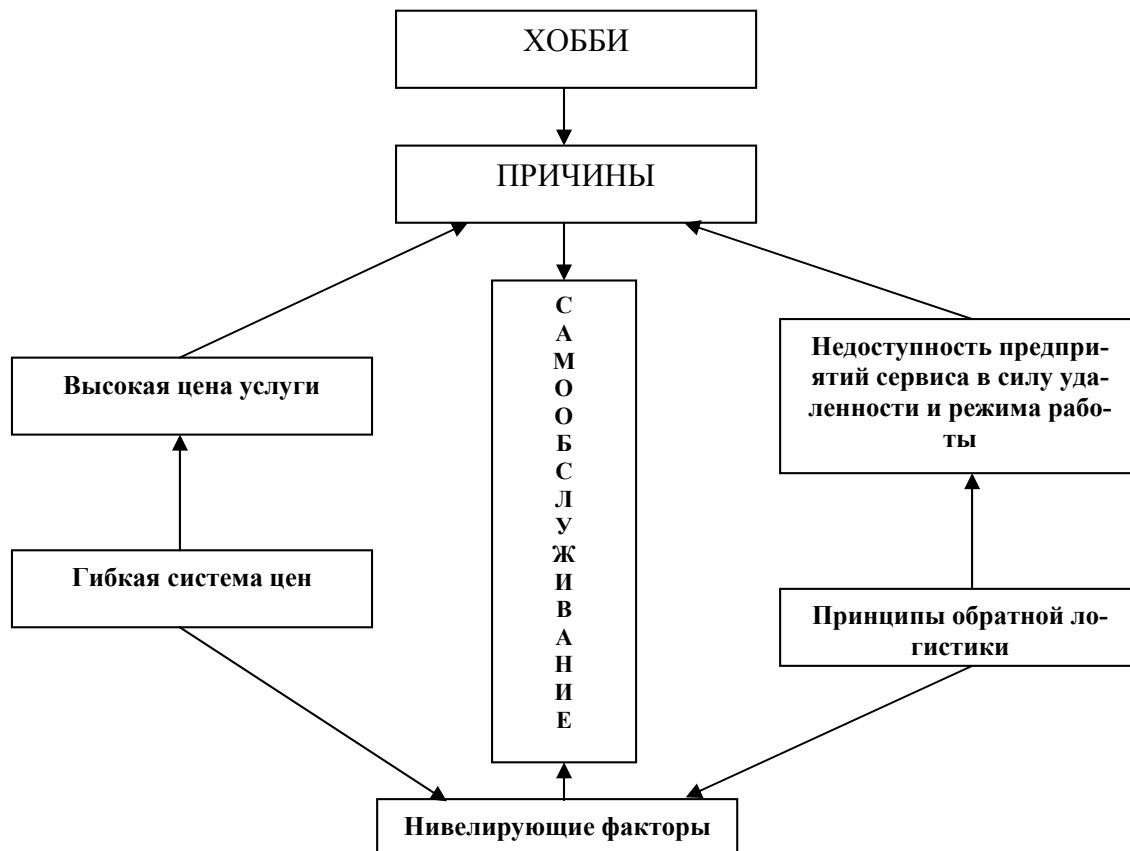


Рис. 1. Причины и нивелирующие факторы самообслуживания

Итак, экономическое развитие привело к образованию нового логистического направления – логистики сферы услуг населению. В отличие от традиционной логистики, где основным управляемым потоком выступает материальный, логистика сферы обслуживания населения на первый план выдвигает сервисный поток. Управление в данном случае предполагает не только регулирование действий субъектов оказания услуг, но и систематизацию потоков самих объектов.

Сервисная логистика фактически включает два встречных направления:

- материально-техническое обеспечение процесса оказания услуги (управление материальными ресурсами),
- обеспечение предприятия сервиса соответствующими клиентами (управление потоками потребителей).

Последнее направление носит название обратной логистики. Как известно, целью традиционной (прямой) логистики является доставка определенного товара заданных количества и качества в указанные место и время при минимизации издержек. Для обратной логистики целью является ориентир потребителя на предприятие сервиса как место оказания услуги (включающей необходимые элементы заданного качества), работающее в удобное время, обращение к которому будет сопровождаться минимальными затратами.

Обратная логистика может носить обязательный или вспомогательный характер. Обязательная логистика регулирует потоки клиентов в процессе оказания услуг в условиях, когда самым дефицитным ресурсом становится время. Вспомогательная логистика направлена на создание возможностей для приобретения клиентом максимального количества услуг.

Как было указано выше, одной из причин самообслуживания является занятость потенциального клиента во время работы предприятия сервиса. Иногда данная проблема решается с помощью выездного обслуживания. Кстати, выездное обслуживание является исключением из правил сервисной логистики, поскольку здесь происходит перемещение субъектов услуг к потребителю. Однако, далеко не все услуги можно оказывать «на вынос», и клиент вынужден обращаться к услугам предприятия. При необходимости посещения сервисного предприятия потребитель волей – неволей использует принципы обратной логистики. По нашему мнению, обратная логистика имеет наиболее широкое применение именно в сфере услуг населению, поскольку здесь, в большинстве случаев, «Не гора идет к Магомету, а Магомет идет к горе». Другими словами, происходит не доставка товара – продукции к потребителю, а доставка потребителя к товару – услуге.

Названный выше автор приводит пример использования обратной логистики домашней хозяйкой [3, с. 88]. Действительно, в быту принципы обратной логистики (даже не зная этого) практически использует каждый индивид, причём их роль зависит от загруженности человека работой, его мобильности, масштабы населенного пункта. Человек должен так распределить своё время, чтобы за определенный период решить как можно больше вопросов, связанных с выбором и приобретением товаров (продукции и услуг).

Необходимо указать, что потребитель часто предпочитает определенную последовательность получения услуг. Это накладывает соответствующие ограничения на его маршрут. Пример цепи планирования потребления услуг представлен на рисунке 2. Укажем, что в приведенной схеме (цепи) планируемые для потребления услуги перемежаются услугами общественного питания (их возможное приобретение варьирует от одного до трёх раз).

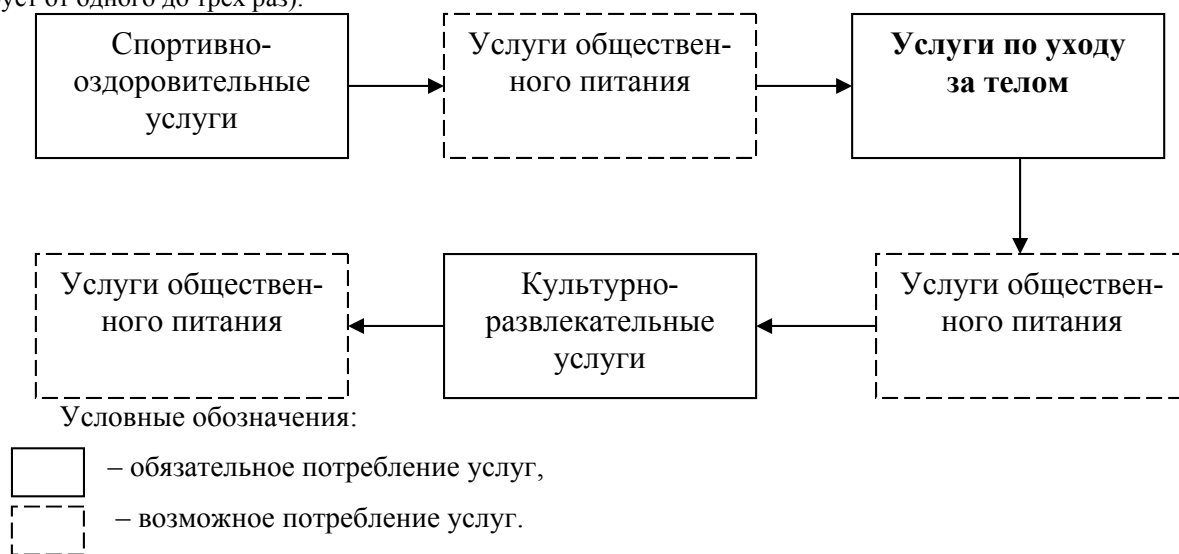


Рис. 2. Цепь потребления услуг

Задачи обратной логистики легко решаются с помощью оптимизационных моделей, где ограничения обычно являются временные затраты. Частным случаем может выступить лимит денежных средств на транспортные расходы. Хотя дорогое транспортное средство (такси) в масштабах большого города не всегда оказывается наиболее быстрым и «проигрывает» общедоступному метро. Отметим, что в зарубежных странах значительное внимание уделяется оптимизации транспортных маршрутов [6, с. 156-158]. Решается вопрос состыковки остановок различных видов общественного транспорта, совершенствуются велосипедные дорожки для поездки на короткие расстояния, что не только уменьшает «пробки», но и снижает вредные выбросы в атмосферу.

Как известно, в традиционной логистике существует проблема выбора места расположения распределительного центра. В обратной логистике задача ставится несколько по-иному: из существующих пред-

приятый сервиса выбрать наиболее доступное для посещения. При этом надо иметь ввиду, что на практике задача получает значительное количество ограничений, связанных с мастерством исполнителя, параметрами оценки услуги и т.д. (рис. 3).



Рис. 3. Факторы и элементы оценки услуги

Объединение услуг позволяет минимизировать временные (и соответственно стоимостные) затраты на передвижение. Концентрация услуг в сервисном комплексе максимально уменьшает переход от одной услуги к другой, создавая удобства для потребителя и стимулируя его к приобретению ещё одной услуги.

Для оценки полноты использования сервисного комплекса возможно использовать следующую формулу:

$$\text{ПИ}_{\text{ск}} = \frac{t_{\text{ср}}}{T}$$

где T – продолжительность работы сервисного комплекса в сутки, мин.;

$t_{\text{ср}}$ – среднее время получения услуг клиентом сервисного комплекса за сутки, мин.

Укажем, что последний показатель включает чистое время получения услуги, не учитывая ожидание и перемещение потребителя внутри комплекса. Поэтому, он определяет не только приверженность клиента, но и рациональную организацию работы сервисного комплекса согласно принципам обратной логистики.

Применение обратной логистики в свободное время приводит к тому, что индивид рационально организует и свой рабочий день. Особенно это касается людей, чья деятельность связана с передвижением, порядок которого они организуют по своему усмотрению. Например, служащий должен посетить банк, налоговую инспекцию, рекламные и транспортные агентства. Соответственно расположению и времени работы предприятий, он планирует рабочее время.

К принципам вспомогательной обратной логистики можно отнести управление потоками клиентов путем их дальнейшего привлечения к предприятию сервиса. Например, субъект, оказывающий услугу по уходу за телом, может рассказать, какие существуют модификации её выполнения и предложить клиенту выбрать наиболее подходящую для следующего посещения. При пошиве одежды (обуви) целесообразно рекомендовать модели будущего сезона. Экскурсовод может назвать экскурсии, конкретизирующие или дополняющие настоящую.

Все вышесказанное являло собой варианты вспомогательной логистики. Примером обязательной обратной логистики служит управление потоками рекреантов.

Прежде всего, решается вопрос о прибытии рекреантов к месту потребления услуги и обратно. На первый взгляд, целевая функция логистики здесь формулируется несколько сокращённо: доставка потребителей в заданное место в указанное время с минимальными затратами. Однако, запросы клиентов простираются гораздо шире: они могут предпочитать перемещение не только определенными маршрутами и видами транспорта, но и в составе определенной группы. Соответственно, целевая функция определится

следующим образом: доставка потребителей в группе определенного количественного и качественного состава заданным маршрутом в назначенное место в указанное время с минимальными затратами. Такая цель предопределяет решение следующих задач:

- комплектование групп рекреантов,
- согласование маршрутов с указанием мест остановки (пересадки),
- подбор транспортных средств,
- расчёт продолжительности отрезков и пути в целом.

Прибывшие к месту отдыха рекреанты также находятся в постоянном движении, причём их маршруты обычно имеют замкнутый характер. Здесь можно выделить большие и малые маршрутные кольца. Большие относятся только к отдыху туристов и представляют собой направление движения согласно туру. Это четко определенные кольца. Малые кольца возникают в случае несовпадения мест проживания, питания и получения дополнительных услуг. Часть из них имеет постоянный характер (проживание – питание – проживание), остальные, касающиеся спортивно-оздоровительных и культурно-развлекательных услуг, образуются по желанию рекреанта. Задачей логистики здесь является удовлетворение требований рекреантов при рациональном использовании материально-технической базы и природных ресурсов.

Подытоживая вышесказанное, отметим, что, при снабжении потребителей продукцией, логистика может иметь, как прямой, так и обратный характер. В последнем случае потребители сами отправляются за товарами. Что касается услуг, то здесь превалирует обратная логистика. Прямая логистика, связанная с выездным обслуживанием, является, скорее, исключением, чем правилом.

ВЫВОДЫ

1. Сервисная логистика включает в себе два встречных направления потоков: материальные (прямая логистика) и человеческие (обратная логистика).
2. В привлечении дополнительных клиентов незаменимую роль играет обратная логистика, которая может носить вспомогательный или обязательный характер.
3. Вспомогательную обратную логистику практически применяет любой индивид при пользовании рядом (цепью) услуг. Оптимальный вариант расположения услуг предоставляет сервисный комплекс.
4. Обязательный характер носит обратная логистика, определяющая доставку рекреантов к базам отдыха, а также к местам потребления дополнительных услуг.
5. Обеспечение потребителей продукцией возможно на основе и прямой, и обратной логистики. Получению услуг практически всегда сопутствует обратная логистика.

Источники и литература

1. Дыба М., Ягодка А., Дзюбенко Л. Теоретико-методологические основы хозяйственного регулирования в современной экономической системе // Экономика Украины. – 2005. – №10. – С. 42–48.
2. Скоробогатова Т.Н. Эффективность внутреннего потребления на различных экономических уровнях / Материалы Всеукраинской научно-практической конференции «Управление социально-экономическим развитием регионов Украины и АР Крым» (17 мая 2002 года). – Симферополь: Таврида, 2002. – С. 153–157.
3. Янченко В. Ф. Управление качеством в сфере услуг: Системно-логистический подход. – СПб.: Изд-во СПбГИСЭ, 2001. – 352 с.
4. Сток Дж. Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой: Пер. с 4-го англ. Изд. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 797 с.
5. Современная логистика, 7-е издание: Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2002. – 624 с.
6. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003. – 503 с.

Сметанко А.В.

ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПЦИИ КОНТРОЛЛИНГА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОСТРОЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИИ

Актуальность выбранной темы. В условиях интеграции Украины в ЕЭС и ВТО перед руководителями организаций стоит вопрос о необходимости повышения качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции (работ, услуг). Эффективное решение данного вопроса лежит в плоскости адаптации и применения на практике системы управленческого учета, которая позволит обеспечить экономическую самостоятельность организации, а также приблизить отечественную систему бухгалтерского учета к международным стандартам.

Постановка проблемы в ее общем виде. Использование в практической деятельности организации управленческого учета невозможно без четкой системы построения бухгалтерского и управленческого учета, которая позволит реагировать на динамичные внешние условия развития экономических процессов, на смену режима функционирования организации, на изменение номенклатуры и объема производства продукции (работ, услуг) и т.д.

В международной практике существует достаточно большое количество систем и методов учета которые по своей сути преследуют одну единственную цель – учет затрат и их влияние на финансовые результаты деятельности организации. Данные системы, как правило, адаптированы под специфику конкретной отрасли или деятельность отдельно взятой организации.