

МІСЦЕ ЛОГІСТИКИ І ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ В ІННОВАЦІЙНОМУ ЦИКЛІ ТОВАРУ

Підприємство, орієнтоване на ринок повинно володіти трьома основними якостями: адаптивністю, гнучкістю, інноваційністю. Забезпечення цих якостей є завданням системи управління, а її здатність генерувати своєчасні та адекватні інноваційні та інвестиційні рішення стає першорядних чинників забезпечення конкурентоспроможності виробничо-комерційної діяльності підприємства.

Ефективне управління інноваціями може забезпечити швидке економічне зростання підприємства. Формування чіткої концепції формування системи логістичного сервісу в рамках управління інноваціями, основою якої є аналіз сервісу як складової логістичного забезпечення інноваційної діяльності, допоможе вирішити проблеми, з якими стикаються виробники у ринкових умовах господарювання.

Інноваційна діяльність (інноваційний процес) означає процес створення (розробки й виготовлення), упровадження й поширення інновацій. Інноваційний процес має циклічний характер і складається з багатьох інноваційних циклів. Інноваційний цикл у загальному випадку починається з моменту початку роботи над інновацією і закінчується її комерціалізацією (виведенням на ринок).

Оскільки інноваційна діяльність є подібною до потоку, то до неї може бути застосоване логістичне управління. Автором об'єднано графік інноваційного циклу та адаптовано логістичну схему поточкових процесів створення та розподілу інноваційного продукту В. Шумаєва, подану у додатку А, та в результаті отримано схему, де визначено місце логістики в інноваційному циклі товару (рис. 1).

Початковий етап планування ланцюга поставок є дуже важливим. Компанія повинна підходити до потреб в продукті стратегічно та забезпечувати інтеграцію всіх елементів ланцюга. На стадії виведення нового продукту потрібно, щоб сам продукт був широко доступним, а від логістики потрібна гнучкість. Оскільки головна мета впровадження – закріпитися на ринку, на цій стадії життєво важлива наявність запасів, легко доступних споживачам.

Крім того, при плануванні логістичної підтримки нового продукту фірма повинна передбачити можливості швидкого поповнення запасів в належному обсязі. У ситуації з новим продуктом фірма не має у своєму розпорядженні достовірні дані з минулого про рух запасів, а прогнози можуть носити в кращому випадку імовірнісний характер, в силу цього плани поповнення запасів повинні будуватися на основі ймовірностей.

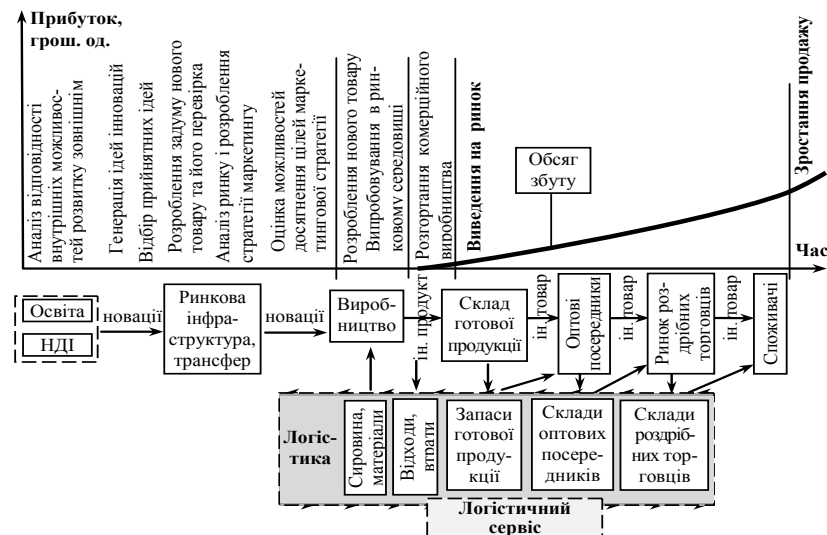


Рис. 1 – Місце логістики та логістичного сервісу в інноваційному циклі товару

Якщо продукт зустрічається прихильністю покупців, виникає необхідність у швидкому поповненні запасів. Брак запасів або перебої в поставках в цей критичний час здатні підірвати будь-яку маркетингову стратегію. Якщо ж продукту не вдається завоювати симпатії покупців, то і це з великою ймовірністю стає ясним вже на стадії впровадження.

Стало бути, логістика та логістичний сервіс займають помітну роль в інноваційному циклі товару. За відсутності у продукту надійних ринкових позицій розміри поставок залишаються, як правило, невеликими, а замовлення нерегулярними, бо фірми і їх споживачі захищаються таким чином від можливості опинитися обтяженими запасами потенційно непотрібних товарів. Внаслідок цих особливостей логістичні витрати на стадії впровадження зазвичай дуже високі.

1. Маркетинг для магістрів : навчальний посібник / за заг. ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2007. – 928 с.
2. Шумаєв В. Логистика инновационной деятельности / В. Шумаєв, Д. Захаров // Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. –2010. – № 3. – С. 202-205.

Гайдабрус, Н. В. Місце логістики і логістичного сервісу в інноваційному циклі товару [Текст] / Н. В. Гайдабрус // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 46-47.