

УДК 338.4

JEL L91

<https://doi.org/10.21122/2309-6667-2023-18-198-203>

## ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РОЛИ ЛОГИСТИКИ В ЭКОНОМИКЕ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Е. О. Германович**

egermanovich@bntu.by

заведующий редакционно-издательским отделом

Научной библиотеки БНТУ

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

*Статья посвящена исследованию механизмов совершенствования издательской деятельности на основе использования логистических инструментов. Рассматривается сущность логистики, ее роль и значение в современной издательской деятельности. Показана специфика издательской деятельности и актуальность применения логистики в данной отрасли.*

**Ключевые слова:** логистика, издательское дело, экономика издательской деятельности, товар, продукция, закупочная логистика, информационная логистика, производственная логистика, книжный рынок, потребитель.

**Цитирование:** Германович, Е. О. Основные подходы к определению роли логистики в экономике издательской деятельности / Е. О. Германович // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2023. – Вып. 18. – С. 198–203. <https://doi.org/10.21122/2309-6667-2023-18-198-203>

**Введение.** Задача большинства предприятий состоит в том, чтобы организовать свою деятельность таким образом, чтобы минимизировать издержки и затраты (трудовые, материальные, финансовые, информационные) и максимизировать прибыль, повысить финансовую устойчивость, конкурентоспособность. Сегодня деятельность всех предприятий, в том числе связанных с издательской деятельностью, ориентирована на потребителя, на удовлетворение его желаний и потребностей. Логистика способствует осуществлению этой задачи, помогает достичь стратегических и тактических целей, при этом ориентирована минимизировать или оптимизировать затраты и производственные процессы, увеличить прибыль и повысить конкурентоспособность предприятия.

Логистика рассматривается в двух аспектах: как наука и как сфера деятельности. Логистика как экономическая наука, изучающая потоки, т. е. процессы движения товаров, информации, финансов, а также пути создания, планирования, потребления данных товаров, имеет важное значение для осуществления предпринимательской деятельности. Она «охватывает все виды деятельности, предназначенные для перемещения продуктов и информации между участниками логистической цепи»<sup>1</sup>. В «Современном экономическом словаре» представлено следующее определение: «Логистика – часть экономической науки и область деятельности, предмет которых заключается в организации и регулировании процессов продвижения товаров от производителей к потребителям, функционирования сферы обращения продукции, товаров, услуг,

<sup>1</sup> Бауэрсокс, Д. Дж. Логистика. Интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс. – М. : ЗАО «ОЛИМП-БИЗНЕС», 2001. – 640 с.

управления товарными запасами, создания инфраструктуры товародвижения»<sup>1</sup>. С точки зрения практической деятельности, о логистике А. П. Гарнов и Н. С. Киреева говорят, что «объектом логистики может быть любая деятельность, где совокупность процессов или событий имеет альтернативную последовательность в пространстве и во времени, а значит, имеется возможность использования различных вариантов организации и управления такой деятельностью по заданным критериям» [1, с. 6]. Рассмотрим логистику в издательской деятельности.

**Результаты и их обсуждение.** Для многих предприятий издательской отрасли остается актуальным вопрос совершенствования функционирования логистики, учитывающего специфику данной отрасли. Конечным продуктом хозяйственной деятельности издательств является экономическое благо, в качестве которого может выступать товар (книжно-журнальная продукция) или услуга. В издательской деятельности можно наблюдать трансформацию книжного издания: от авторского замысла до готового издания в руках потребителя, проходя этапы написания рукописи, изготовления оригинал-макета, печати тиража, послепечатной обработки, распространения готовой продукции, доставки готового издания конечному потребителю – читателю. Таким образом, можно выделить следующие этапы: определение замысла (темы, концепции) будущей продукции; поиск авторов, оформление договорных отношений; работа автора над рукописью; передача рукописи в издательство; допечатная подготовка рукописи; создание оригинал-макета; поиск поставщиков сырья (здесь учитывается промежуточная транспортная логистика – будет ли сырье доставляться транспортом поставщика, или необходимо самостоятельно заниматься поиском перевозчика) и закупка; печать тиража; послепечатная обработка; получение готовой продукции; поиск потенциальных потребителей; распространение готовой продукции в книготорговые сети (промежуточная транспортная логистика); поступление готовой продукции к конечному потребителю – читателю.

Логистика играет важную роль в обеспечении непрерывности движения и трансформации ресурсов для изготовления издательской продукции, а также самой издательской продукции на всех этапах ее создания. Логистика дает возможность значительно ускорить весь процесс изготовления печатной продукции: от закупки сырья до поставки готового продукта, играет немаловажную роль в организации и оптимизации деятельности на всех этапах и уровнях производства. Направлена на «обеспечение рационального и эффективного хранения товаров, оказание необходимых услуг и обеспечение своевременного движения от точки происхождения до точки потребления с целью удовлетворения потребительского спроса»<sup>2</sup>. Для современных полиграфических предприятий (издательств) логистика является важной составляющей управления движением потоков (материального, информационного, кадрового, финансового), позволяющих предоставить, в первую очередь, самому предприятию информацию о внешней (спрос на продукцию, рынки сбыта, количество и репутация поставщиков) и внутренней (количество запасов на предприятии, наличие готовой продукции на складах, наличие незавершенных этапов производства продукции, процесс реализации продукции) среде, обеспечить необходимые производственные мощности для минимизации затрат и сроков изготовления продукции, тем самым содействовать улучшению производства в целом. Рассмотрим основные виды логистики в издательской деятельности.

<sup>1</sup> Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь [Электронный ресурс] / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – Режим доступа: <http://economics.niv.ru/doc/dictionary/economical/index.htm>. – Дата доступа: 22.09.2023.

<sup>2</sup> Glossary of Supply Chain Terms [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inboundlogistics.com/cms/logistics-glossary>. – Дата доступа: 22.09.2023.

Закупочная логистика направлена на предоставление предприятию необходимых ресурсов (материальных, технических, энергетических и т. д.) и услуг нужного качества в нужном объеме и по приемлемым ценам, а также она обеспечивает управление взаимодействием подразделений внутри предприятия, предприятия с поставщиками, предприятия и запросов потребителей. Подобного мнения придерживается О. В. Верниковская, говоря, что содержание закупочной логистики заключается в «организационно-экономических, финансовых, деловых и других связях и взаимоотношениях отдела (службы) закупок организации с макро- и микрологистическими цепями, обеспечивающими своевременность закупки качественной и нужной продукции нужного количества в нужном месте с минимальными затратами времени и финансовых ресурсов, укрепляя при этом систему сквозного управления материальными и сопутствующими потоками» [2, с. 67]. В отношении издательской деятельности закупочная логистика отвечает за связи с поставщиками и обеспечение издательств необходимыми видами ресурсов в кратчайшие сроки. В зависимости от характеристик предприятия, а именно масштабов производства, номенклатуры выпускаемой продукции, объемов выпускаемой продукции, стратегии предприятия, особенностей использования требуемых ресурсов, рыночной позиции, определяется метод планирования закупок потребляемых ресурсов. Существует три метода: детерминированный, стохастический и оценочный. Главными этапами закупочной логистики являются определение всех необходимых для производства материалов; поиск и анализ предложений на рынке; выбор поставщика; оформление договорных отношений; поставка товара; проверка поставки по количеству и качеству.

Основными задачами закупочной логистики являются планирование и своевременная закупка необходимых ресурсов, улучшение качества обслуживания потребителей, увеличение ассортимента выпускаемой издательской продукции, минимизация количества продукции на складах, а также уменьшение финансовых вложений в запасы материалов и ресурсов.

Производственная логистика – обеспечение качественного своевременного и комплектного производства продукции (в данном случае издательской продукции) в соответствии с заказами и договорными обязательствами, сокращение времени производства, уменьшение издержек, оптимизация затрат на производство. «Целью производственной логистики является оптимизация материальных потоков внутри предприятий, создающих материальные блага или оказывающих такие материальные услуги, как хранение, фасовка, развеска, укладка и др.»<sup>1</sup>. Также, по мнению А. М. Гаджинского, «предметом производственной логистики являются процессы, происходящие в сфере материального производства»<sup>2</sup>. Производственная логистика играет важную роль при планировании и организации материальных потоков внутри предприятия, обеспечении производства необходимыми материальными и техническими ресурсами соответствующего качества в необходимом количестве, оптимизации использования материальных ресурсов, а также сокращении издержек и трудоемкости выполнения технологических операций. Современная производственная логистика должна способствовать оптимизации сроков изготовления продукции, увеличению ассортимента продукции, повышению требований к производимой продукции, т. е. при изготовлении продукции должно соблюдаться правило «7Н»: нужный продукт в нужном количестве нужного качества в нужном месте в нужное время для нужного потребителя с наилучшими затратами на производство.

Информационная логистика способствует повышению эффективности движения материальных потоков в издательском деле, созданию прочных взаимосвязей между

<sup>1</sup> Гаджинский, А. М. Логистика / А. М. Гаджинский. – М. : Дашков и К, 2012. – 484 с.

<sup>2</sup> Там же.

всеми субъектами логистической цепочки (авторами, издательствами, книготорговыми организациями, библиотеками, читателями). Данная взаимосвязь, в свою очередь, обеспечивает возможность прогнозирования, планирования, контроля развития издательской деятельности. Главная задача информационной логистики – обеспечить всех субъектов рынка издательской продукции возможностью своевременно предоставлять информацию о своих товарах и услугах (наличие готовой продукции, а также планируемой к выпуску), предлагать их, искать новых партнеров для дальнейшего сотрудничества. Качественно построенная информационно-аналитическая система предприятия способствует соответствию новой тенденции – ориентация на потребности конкретного покупателя. Данное обстоятельство способствует увеличению количества наименований выпускаемой продукции, при этом средние тиражи существенно сокращаются. Все большую актуальность приобретает разработка и утверждение на государственном уровне стандартов обмена данными, создание национальных систем сбора, хранения и доведения до пользователей библиографической информации об изданиях, планируемых к выпуску; имеющихся на книжном рынке; существующих в электронном виде, должна быть создана единая информационная система, обеспечивающее полную и объективную информацию о товарах на всех стадиях их создания и продвижения.

Распределительная логистика представляет собой, по мнению Д. Д. Костоглодова и Л. М. Харисовой, «процесс управления коммерческим, каналным и физическим распределением готовой продукции и услуг с целью удовлетворения спроса потребителей и извлечения прибыли» [3, с. 36]. Д. В. Арутюнова считает, что «эффективное распределение позволяет решить задачи снабжения, производства, маркетинга в аспектах формирования экономически целесообразного воспроизводственного цикла, а, следовательно, развития организации путем обеспечения и поддержания конкурентных преимуществ». [4, с. 24]. Подобного мнения придерживаются В. В. Дыбская и П. А. Сверчков: «Повышение эффективности сети распределения заключается в разработке оптимального варианта распределения товарных потоков в рамках функционирования логистической инфраструктуры, обеспечивающей бесперебойное снабжение клиентской базы в соответствии с их индивидуальными потребностями к обслуживанию, при стремлении сокращения времени выполнения заказа и минимизации общих логистических затрат» [5, с. 613]. Главными задачами распределительной логистики являются прогнозирование спроса на издательскую продукцию, планирование реализации (поиск книжных магазинов, оптовых покупателей), выбор логистической цепи, организация отгрузки товара, хранение на складе, организация транспортировки товара (издательской продукции) конечному потребителю – читателю. Таким образом, распределительная логистика способствует удовлетворению запросов потребителей на продукцию, отвечающую качественным требованиям, в нужном количестве и доступном месте. Распределительная логистика в издательской деятельности способствует созданию оптимальных условий для обеспечения потребителей (чаще читателей) необходимой продукцией (книжно-журнальной). Комплексный подход к организации работы предприятий в издательской отрасли экономики позволит эффективно и качественно обслуживать потенциальных и реальных потребителей, развивать и расширять предприятия.

**Выводы.** Таким образом, были рассмотрены основные этапы движения экономических потоков в издательской деятельности: закупка, производство, распределение. Концентрация предприятий на таких функциях, как планирование, организация, управление, контроль и анализ логистических процессов позволит повысить эффективность работы организации и достигнуть долгосрочных целей развития. Логистика направлена на оптимизацию работы и снижение затрат, улучшение сервиса и достижения устойчивого положения предприятия в рыночной среде. Совершенствование

системы логистического управления издательских организаций позволит снизить количество запасов, сократить время производства и транспортировки продукции, снизить уровень потерь и отходов в производстве, снизить себестоимость продукции, повысить финансовую устойчивость и конкурентоспособность организации, а также в целом увеличить инвестиционную привлекательность предприятия. Также эффективное управление организацией позволит своевременно получать и предоставлять актуальную информацию о необходимых и имеющихся товарах (услугах).

#### Список использованных источников

1. Гарнов, А. П. Инструментарий логистики / А. П. Гарнов, Н. С. Киреева. – М. : Креативная экономика, 2009. – 304 с.
2. Верниковская, О. В. Понятийный аппарат материально-технического снабжения и закупочной логистики: общее и различия / О. В. Верниковская // Научные труды Белорусского государственного экономического университета : Сборник научных трудов / Редкол. В. Н. Шимов [и др.]; Министерство образования Республики Беларусь, Белорусский государственный экономический университет. – Минск, 2012. – С. 63–69.
3. Костоглодов, Д. Д. Распределительная логистика / Д. Д. Костоглодов, Л. М. Харисова. – М. : Экспертное бюро, 1997. – 128 с.
4. Арутюнова, Д. В. Выбор стратегии распределительной логистики в организации / Д. В. Арутюнова // Альманах современной науки и образования. – 2013. – № 3 (70). – С. 23–26.
5. Дыбская, В. В. Инновационные логистические стратегии и их влияние на разработку сети распределения / В. В. Дыбская, П. А. Сверчков // Креативная экономика. – 2007. – Т. 11, № 5. – С. 609–624.

---

*Статья поступила в редакцию 23 августа 2023 года*

#### THE MAIN APPROACHES TO DETERMINING THE ROLE OF LOGISTICS IN THE ECONOMICS OF PUBLISHING

**E. O. Germanovich**

Head of the editorial and publishing department Scientific Library  
Belarusian National Technical University  
Minsk, Republic of Belarus

*The article is devoted to the study of mechanisms for improving publishing activities based on the use of logistics tools. The essence of logistics, its role and significance in modern publishing activity is considered. The specifics of publishing activity and the relevance of the use of logistics in this industry are shown.*

**Keywords:** *logistics, publishing, economics of publishing, goods, products, procurement logistics, information logistics, production logistics, book market, consumer.*

#### References

1. Garnov, A. P., Kireeva, N. S. (2009) *Instrumentarii logistiki* [Logistics tools]. Moscow, Kreativnaya ekonomika. (In Russian).
2. Vernikovskaya, O. V. (2012) Conceptual apparatus of logistics and procurement logistics: common and differences. *Nauchnye trudy Belorusskogo gosudarstvennogo*

*ekonomicheskogo universiteta*. Minsk, Belarusian State University of Economics, pp. 63-69. (In Russian).

3. Kostoglodov, D. D., Kharisova, L. M. (1997) *Raspreditel'naya logistika* [Distribution logistics]. Moscow, Ekspertnoe byuro. (In Russian).

4. Arutyunova, D. V. (2013) Choosing a distribution logistics strategy in an organization. *Almanac of Modern Science and Education*. (3), 23-26. (In Russian).

5. Dybskaya, V. V., Sverchkov, P. A. (2007) Innovative logistics strategies and their impact on the development of a distribution network. *Creative Economics*. 11 (5), 609-624. (In Russian).