

## СУЧАСНІ ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**АНОТАЦІЯ.** У статті розглянуто особливості логістики в туристичній сфері, запропоновано власне визначення поняття логістики туристичного підприємства, визначено складові логістичної системи туристичних підприємств і представлено характеристику елементів логістичної системи досліджуваних підприємств з визначенням їх специфіки у туристичній галузі.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** туризм, логістика туристичного підприємства, структура туристичної логістики, логістичний ланцюг руху туристичного продукту.

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассмотрены особенности логистики в туристической сфере, предложено собственное определение понятия логистики туристического предприятия, рассмотрены составляющие логистической системы туристических предприятий и представлена характеристика элементов логистической системы исследуемых предприятий с определением их специфики в туристической отрасли.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** туризм, логистика туристического предприятия, структура туристической логистики, логистическая цепь движения туристического продукта.

*The considered features of logistic in tourist sphere, own determination of concept of logistic of tourist enterprise is offered in the article, elements of the logistic system of tourist enterprises and description of elements of the logistic system of the investigated enterprises with determination of their specific in tourist sphere are presented in the article too.*

**KEYWORDS:** tourism, logistic of tourist enterprise, structure of tourist logistic, logistic chain of motion of tourist product.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими завданнями.** Теорією та практикою управління визнано, що туризм у сучасній економіці став одним із важливих її секторів, забезпечуючи значну частину податкових надходжень у державний бюджет, розвиток країни в цілому та окремих її регіонів, інфраструктури туристично-рекреаційної сфери. Сучасні проблеми впровадження моделі інноваційного розвитку, а також забезпечення сталості економічного зростання України потребують розробки нових підходів до управління віт-

чизняними суб'єктами господарювання. Також, нині спостерігається недостатній розвиток туристичної галузі, неповне використання її потенціалу, невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам та необхідність оптимізації управління рекреаційно-туристичною сферою в Україні. За таких умов загрозою ефективності туристичної діяльності підприємств стає оптимізація їхніх витрат із одночасною максимізацією не тільки прибутку, а й соціального ефекту. Саме тому, не викликає сумнівів доречність застосування логістичного підходу до розв'язання поставлених проблем, що у перспективі буде сприяти розвитку логістики у туризмі, а відповідно покращанню якості туристичного продукту, здешевленню туристичних послуг та наближенню їх до міжнародних стандартів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення літератури з логістичної тематики дозволяє стверджувати, що концептуально-методологічним основам логістики присвячено роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, а саме А. У. Альбеков, В. П. Федько, О. А. Митько [1], Бауерсокс Дональд Дж., Клосс Дейвід Дж. [3], А. М. Гаджинський [4], Є. В. Крикавський [7], В. І. Сергєєв [9], Л. В. Фролова [11] та ін. Окремими питаннями застосування логістичних підходів до управління туристичними підприємствами присвячено праці таких відомих учених, як. А. А. Гвозденко [5], Л. П. Дядечко [6], Г. І. Михайліченко [8], І. Г. Смирнов [10], В. Є. Шимкова [12] та ін. Проте наукові та практичні проблеми логістичного управління туристичною діяльністю поки що недостатньо досліджені, оскільки досі не розкрито питання організації та управління окремими елементами логістичної системи саме на туристичному підприємстві.

**Постановка завдання.** На основі дослідження особливостей логістичного управління туристичною підприємствами обґрунтувати основні характеристик елементів логістичної системи досліджуваних підприємств.

**Виклад результатів дослідження.** Одним із найудаліших визначень логістики в туризмі є визначення Г. І. Михайліченко, яка визначає логістику в туризмі як «управління продуктивними потоками туристичних підприємств, що включає раціональну організацію формування, збуту та організації споживання туристичного продукту і супроводження цих процесів проходженням інформаційних потоків» [8, 7]. Враховуючи специфіку повного циклу виробництва туристичного продукту від інформаційного забезпечення до збуту, процеси просування в каналах товарообігу і організацію споживання продукту, логістика в туризмі виконує ряд функцій, які диферен-

цінуються за фазами логістичного ланцюга на такі види: логістика ресурсної бази, логістика туристичного підприємства, яка включає: логістику матеріально-технічної бази, інформаційну логістику на вхідному потоці; виробничу логістику, що включає безпосереднє формування та створення туристичного продукту; логістику транспортних систем для ефективного обслуговування руху туристичних потоків, логістику екскурсійного обслуговування та супутніх послуг у туризмі, логістику складських систем для зберігання запасів, що будуть використані у процесі надання туристичних послуг та логістика збуту туристичних продуктів яка охоплює розподіл, просування і визначення каналів реалізації готової продукції.

Ми розглядаємо логістику туристичного підприємства як один із засобів ефективного менеджменту в туризмі. Ми вважаємо, що логістика туристичного підприємства — це специфічна діяльність у туризмі, сутність якої полягає у плануванні, управлінні та контролі процесів, які здійснюються у процесі розробки туристичного продукту, його формуванні та доведенні готового туристичного продукту до споживача згідно з його інтересами та вимогами. Логістика туристичного підприємства — це ефективний підхід до управління туристичними, інформаційними, фінансовими потоками та потоками послуг у туризмі. Структуру логістики туристичного підприємства представлено на рис. 1).

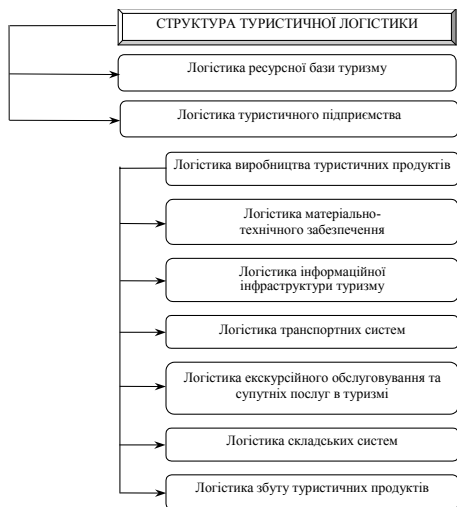


Рис. 1. Структура туристичної логістики\*

\* Сформовано автором

Логістичний ланцюг руху туристичного продукту від його виробництва до кінцевого споживання зображено на рис. 2.



Рис. 2. Логістичний ланцюг руху туристичного продукту\*

\*Сформовано автором

Формування туристичного продукту здійснюється туроператором виходячи з кон'юнктури туристичного ринку по конкретному замовленню потенційних туристів або організацій. Туроператор купує право на послуги, що входять у тур, на підставі договорів з особами, що надають окремі послуги, або з туроператором по прийому туристів.

У цілому, формування туристичного продукту є досить складним багатофакторним процесом, що вимагає комплексного аналізу і оцінки ряду чинників економічного та соціального характеру.

На сьогодні, впровадженню логістики в туристському секторі економіки України заважає ряд факторів, основними з яких є :

1) пережитки технократичного мислення керівників більшості туристичних компаній, що вважають, що головне розробити турпродукт, а решта як вийде;

2) низька в цілому по країні договірна дисципліна і відсутність чітких законодавчих визначень таких базових понять, як, наприклад, туристичний сервіс, якість обслуговування в туризмі та ін.;

3) потужний тиск зовнішньоекономічних чинників на стійкість курсу гривні, стабілізацію цін та ін.;

4) наявність ситуацій, коли за порушення договірних зобов'язань по реалізації туристичного продукту не визначена відповідальна особа або організація за невиконання або неналежне виконання договірних зобов'язань;

5) закритість українського бізнесу від іноземних інвестицій, підприємців й ін.

Необхідною умовою сталого розвитку туризму в регіоні, країні є менший обсяг логістичного потенціалу матеріально-технічної бази (ЛП МТБ) по відношенню до логістичного потенціалу туристичного ресурсу (об'єкту). Це дозволить зберегти туристичні ресурси регіону країни. Другою умовою сталого розвитку туризму є те, щоб ЛП МТБ був більшим (або рівним) ЛП вхідного потоку туристів, окрім того, що виступає запобіжником другого рівня щодо збереження рекреаційно-туристичних ресурсів, ще й забезпечує бізнесову ефективність їх використання.

Логістика матеріально-технічного забезпечення має займатися організацією пошуку та закупівлею необхідних товарів відповідної якості та за мінімальними цінами. У підвищенні ефективності логістики матеріально-технічного забезпечення істотну роль відіграє аналіз можливих логістичних витрат. На оптимізацію заготівельного логістичного ланцюжка впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. До зовнішніх слід віднести стосунки підприємців з кредиторами і постачальниками. Внутрішні фактори пов'язані з різним розумінням оптимальної діяльності ланок ланцюжка, необхідністю пошуку економічних компромісів між різними підрозділами фірм. Успішне здійснення закупівель передбачає наявність широкого спектра інформації про стан ринків. Для дослідження ринку регулярно відбирається та оцінюється детальна інформація з метою визначення місткості ринку і створення передумов для оптимізації закупівель [3, с. 213—215].

Сутність інформаційної логістики в туризмі полягає в організації потоків даних, що супроводжують туристичний потік, і є істотною ланкою, яка пов'язує постачання, виробництво і збут. Інформаційна логістика оперує комплексом економічної інформації в горизонтальному і вертикальному напрямках, у внутрішніх і зовнішніх координації і вимагає відповідної інфраструктури. Під інформаційною інфраструктурою логістичної системи в туризмі розуміють сукупність взаємопов'язаних засобів і методів, що забезпечують підготовку інформації, а саме: збір даних та їх первинна обробка, контроль достовірності, зберігання та передача інформації, її оновлення, коригування та презентація [8, с. 11—12].

З розвитком туризму транспортні шляхи будуть постійно розширюватися, тому що збільшення попиту на подорожі робить позитивний вплив на розвиток транспортної інфраструктури. Транспорт же, в свою чергу, дозволяє розширювати географію подорожей. Відбувається корисне і вигідне двом сторонам взає-

мовплив. Транспортні послуги — один з основних видів послуг у туризмі. На них припадає й основна частка в структурі ціни туру. Залежно від тривалості, дальності подорожі ця частка (у більшості випадків) коливається від 20 до 60 %.

Головними традиційними завданнями, котрі вирішує транспортна логістична система, є координація транспортного обслуговування споживачів за їх замовленнями. Це потребує комплексного підходу для виконання всіх умов перевезення та доставки з мінімізацією транспортних витрат. Вирішення цього комплексного завдання можливе завдяки логістиці. Перехід економіки до ринкових відносин суттєво змінює сутність планування оперативного управління контролю і обліку, статистики транспортних потоків процесів. Зміни полягають у переході від господарювання на основі державно-монополізованої власності на засоби і результати діяльності транспортної системи до багатогранності форм власності на них [7, с. 84—85].

Останніми роками, попри всі труднощі, використання елементів логістики транспорту постійно розширюється завдяки, наприклад, введенню в дію локальної мережі ВМ, інформації про переміщення людей і вантажів у транспортних потоках процесів, введенню нових методів бухгалтерського обліку матеріальних коштів, які проходять разом з вантажопотоками через транспортні підприємства.

У туристичному бізнесі розрізняють три складові туристичних послуг [10, с. 27—28]:

- 1. Основні послуги — регламентуються договором (ваучером) і охоплюють не менше двох послуг (як правило, це транспортування, проживання і харчування). Бувають випадки, коли, крім означених послуг, рекреанти забезпечуються певним комплексом послуг, які вказані у заздалегідь придбаний путівці незалежно від їх уподобань. У науковій літературі така ситуація виражається поняттям «регламентована (планова) рекреація» — подорож і перебування за точним попередньо оголошеним регламентом. Основні послуги забезпечують підприємства розміщення туристів і транспорту, туроператори і туристичні агентства, курорти тощо. Договір укладається у письмовій формі і повинен відповідати законодавству України, у тому числі законодавству в області прав споживачів.

Виходячи із законодавства по захисту прав споживачів турист має право вимагати від туроператора або турагента надання йому усіх послуг, що входять у тур, незалежно від того, ким ці послуги надаються.

Однією з істотних найважливіших умов договору по реалізації туристичного продукту є умова забезпечення безпеки туризму. Під безпекою туризму розуміється особиста безпека туристів збереження їх майна і ненанесення збитку природному довкіллю при здійсненні подорожі.

2. Додаткові послуги — надаються за окрему плату (екскурсії, культурно-оглядові заходи, атракції (розваги) і визначають ту величину (в грошовому еквіваленті), яку залишає турист у місцях відвідування. За умови розвинутої інфраструктури частка від сфери розваг може становити до 50 % від загального обсягу доходів від туризму. Надання додаткових послуг забезпечують підприємства, що спеціалізуються на туризмі і є виробниками (наприклад, сувенірної та літературно-картографічної продукції, товарів для відпочинку, медикаментів тощо), а також підприємства сфери послуг (екскурсоводи, гіді, аніматори, журналісти, страхові компанії, кредитні інституції, пункти прокату туристичного спорядження, навчальні заклади з підготовки кадрів для туризму, інститути маркетингових досліджень, дипломатичні представництва, ТПЦ (туристичні інформаційні центри)).

3. Супутні послуги забезпечуються підприємствами, які певною мірою є залежними від туризму. Сюди належать виробники спорттоварів, одягу (для відпочинку і туризму), фототоварів, косметичних засобів; підприємства громадського харчування, салони краси; підприємства, що надають торгові, інформаційні, тренерські, медичні та послуги зв'язку, також культурно-просвітницькі заклади.

На наш погляд, логістика сервісного потоку в туризмі (Service Response Logistics) — визначається як процес координації логістичних операцій, необхідних для надання екскурсійних та супутніх туристичних послуг найефективнішим способом щодо витрат і задоволення запитів споживачів. Даний підхід є основним стратегічним елементом менеджменту багатьох підприємств, які надають туристичні послуги. Критичними елементами цього підходу є прийом замовлень на туристичні послуги і моніторинг надання туристичних послуг. Потоки туристичних послуг так само, як і матеріальні потоки поширюються в певному середовищі доставки, у якій існують ланки логістичної системи, логістичні канали, ланцюги і т.д. Цю мережу потрібно побудувати так, щоб з максимальною ефективністю задовольнити вимоги клієнтів щодо рівня обслуговування.

Для зберігання товарів і запасів на деяких туристичних підприємствах призначені відповідні склади. Туристичне підприємство несе певні витрати, пов'язані з утриманням складів та здійс-

ненням складських операцій. Вони є частиною логістичних витрат. Тому складські операції потрібно розглядати не ізольовано, а як інтегровану складову логістичного ланцюга. Тільки такий підхід є запорукою успішного виконання основних функцій складу і досягнення високого рівня рентабельності продажу туристичного продукту [4, с. 78—81].

Метою створення складів у системах логістики є не збереження матеріальних ресурсів, а перетворення параметрів матеріальних потоків для їх найбільш ефективного використання.

Логістичний процес на складі туристичного підприємства, на нашу думку, є сукупністю таких етапів:

- постачання запасів продовольчих і непродовольчих товарів;
- контролю за постачаннями;
- розвантаження і приймання вантажів;
- внутрішньоскладського транспортування і перевалки вантажів;
- складування і зберігання вантажів;
- комплектації замовлень клієнтів і відвантаження;
- транспортування й експедиції замовлень;
- збору і доставки порожніх товароносіїв;
- контролю за виконанням замовлень;
- інформаційного обслуговування складу;
- забезпечення обслуговування клієнтів (надання послуг).

Логістика збуту туристичних продуктів — це невід’ємна частина загальної логістичної системи, що забезпечує найефективнішу організацію розподілу продукції, готової до вживання. Функції збутової логістики полягають у розподілі та просуванні туристичного продукту по каналах товарообігу, постачання продукту, орієнтованого на потреби споживачів (згідно з термінами обслуговування, якості, кількості і ціною), оптимізації витрат пов’язаних з функціонуванням логістичної системи та комерційну збутову діяльність, застосуванні оптимальних інформаційних збутових систем.

Просування туристичного продукту включає комплекс заходів, спрямованих на реалізацію туристичного продукту: рекламування турів по телебаченню, радіо, на плакатах, рухливих засобах транспорту (трамваї тролейбуси та ін.); участь у спеціалізованих виставках (наприклад, Міжнародний турсалон «Україна 2011», ТМ у Лондоні, ITB у Берліні й FITUR у Мадриді), ярмарків (Всеукраїнський виставка-ярмарок сільського туризму «Українське село запрошує», запорізька «Турмаркет-2011 і тому подібне); ви-

дання каталогів, буклетів, настінних, кишенькових календарів та т.п.; використання сучасних інформаційних технологій для реклами й ін.;

Потрібно звернути увагу, що для просування туристичного продукту в сучасних умовах господарювання найбільш доцільним є використання інформаційних технологій для реклами (через Інтернет, веб-сайти, портали); комунікацій електронна пошта, Інтернет-телефонія, Інтернет-пейджинг) і частково через систему бронювання місць. Основними варіантами використання інформаційних технологій для просування вітчизняного туристичного продукту є: Інтернет, мультимедійні диски (CD і DVD), електронна пошта. Інтернет є найперспективнішим напрямом у просування туристичного продукту. Щорічно кількість користувачів, а отже, потенційна аудиторія, збільшується, реклама в Інтернеті вимагає невеликих витрат, проте при цьому є наймобільнішим і найоперативнішим оперативним способом передачі інформації.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що наявний потенціал туристичної галузі України можна реалізувати за допомогою впровадження дієвих логістичних підходів для розвитку туристично-рекреаційної сфери та управління туристичними підприємствами. Особливе значення має розвиток логістики у туризмі, створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту за допомогою застосування коректного управління кожним складовим елементом логістичної системи досліджуваних підприємств з використанням сучасних знань теорії та практики менеджменту туризму.

### **Література**

1. Альбеков А. У. Федько В. П., Митько О. А. Логистика коммерции. — Ростов н/Д.: Феникс, 2001. — 512 с.
2. Банько В. Г. Туристська логістика: навч. посіб. / В. Г. Банько. — К.: Дакор, КНТ, 2008. — 204 с.
3. Бауэрсокс Дональд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2001. — 640 с.
4. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. — 11-е изд., перераб. и доп. — М.: Дашков и К°, 2004. — 431 с.
5. Гвозденко А. А. Логистика в туризме: учеб. пособ. / А. А. Гвозденко. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 272 с.

6. Дядечко Л. П. Теорія і практика логістизації механізмів формування та обслуговування туристських потоків: монографія / Л. П. Дядечко, В. Є. Редько. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. — 243 с.

7. Крикавський Є. В. Логістичне управління: Підручник. — Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2005. — 684 с.

8. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Г. І. Михайліченко. — К., 2001. — 18 с.

9. Сергеев В. И. Логистика в бизнесе: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 608 с.

10. Смирнов І. Г. Логістична модель сталого розвитку туристичної галузі в Україні / І. Г. Смирнов // Вісник ДІТБ (серія «Економіка, організація і управління підприємствами» (у туристичній сфері)): наук. журн. — Донецьк: ДІТБ, 2007. — № 11. — С. 26—31.

11. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством: монографія / Л. В. Фролова. — Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. — 322 с.

12. Шимкова В. Є. Механізми формування туристських потоків на засадах логістики: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / В. Є. Шимкова. — Донецьк, 2009. — 21 с.

УДК 330.101.5

М. А. Йохна, канд. техн. наук, професор,  
проректор з науково-педагогічної  
роботи, зав. кафедри менеджменту,  
Хмельницький національний університет

## **ЕКОНОМІЧНИЙ РАЦІОНАЛІЗМ І СОЦІАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ У ФОРМУВАННІ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ І ПРИНЦИПІВ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Екстрапольовано основні закономірності і принципи ефективного управління на систему освітнього менеджменту. Обґрунтовано важливість і актуальність розвитку підприємницької складової у діяльності вищих навчальних закладів. Відзначено роль міжнародної мережевої взаємодії університетів у реалізації закономірностей і принципів освітнього менеджменту, підвищенні ефективності і якості навчального процесу.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** закономірність, принципи управління, освітній менеджмент, економічний раціоналізм, соціальна взаємодія, підприємницький університет, синергізм мережевої взаємодії.