

УДК 911.3

РОЛЬ ЛОГІСТИКИ ТУРИЗМУ ЯК НАУКОВО-ПРАКТИЧНОГО НАПРЯМКУ
ДОСЛІДЖЕННЯ

ЛУЖАНСЬКА Т.Ю., ГОБРЕЙ М.В., СПВАК С.М.

Луцький національний технічний університет
Мукачівський державний університет

Актуальність. Тема дослідження обумовлена необхідністю оцінки питань логістики туризму в рамках науково-практичного дослідження. Актуальним завданням є окреслення питань формування логістичної системи, функціональних сфер та механізмів управління логістичною діяльністю туристичних підприємств, оцінка стадій процесу логістичного стратегічного управління, логістичного обслуговування споживачів, розробка теоретико-методологічних засад логістики туризму як науково-практичного напрямку дослідження.

Мета. Метою статті є оцінка основних підходів до ролі логістики туризму на сучасному етапі. Виходячи із поставленої мети ставляться такі завдання: оцінити логістику туризму як прикладний напрям логістичної теорії та практики; проаналізувати логістичну діяльність туристичного підприємства; систему логістичного управління туристичним підприємством; систему та якість логістичного обслуговування споживачів.

Методологія. Теоретико-методологічною основою дослідження виступають положення вчень щодо комплексного формування питань логістики туризму, наукові праці учених у даній сфері дослідження. У процесі дослідження використано: метод теоретичного узагальнення, системного аналізу та синтезу, структурно-логічний метод, прогностно-аналітичний та інші. Інформаційною базою дослідження є монографії та наукові публікації зарубіжних і вітчизняних учених; інформація мережі Інтернет; результати власних досліджень.

Результати. На основі системного дослідження акцентується увага на ролі логістики туризму як науково-практичного напрямку дослідження. Проаналізовано питання формування логістичної системи; механізмів управління логістичною діяльністю туристичних підприємств; функціональних сфер управління логістичною діяльністю туристичних підприємств; стратегічного логістичного управління; логістичного обслуговування споживачів та характеристики їх якості.

Наукова новизна. Полягає в тому, що на основі узагальнення та систематизації матеріалів дається оцінка процесам логістики туризму як нового та перспективного напрямку науково-практичного дослідження туристичної сфери діяльності.

Практична значимість. Полягає в тому, що проаналізовано функціональні сфери, механізми управління логістичною діяльністю туристичних підприємств; процеси логістичного стратегічного управління в туризмі та їх покращення.

Ключові слова: логістика туризму, логістична система, логістична діяльність підприємств, логістичні послуги, логістичне управління, стратегічне управління логістикою, логістичне обслуговування споживачів, логістика сервісного відгуку, якість логістичного туристичного обслуговування

Науковці зазначають, що логістика набуває виключно важливого значення в сучасних умовах глобалізації світового господарства. Недарма представники XII Світового конгресу з логістики (Гельсінкі, 1997) обрали своїм гаслом вислів "Логістика з'єднує людей, країни, ринки та материки". Однією з головних складових логістичної стратегії є логістична інформаційна система, що зв'язує інформаційними і телекомунікаційними каналами основні логістичні функції та сфери бізнесу.

Логістика туризму, як новітній науково-практичний напрямок логістики, характеризується компонентною, регіональною та функціональною структурою. Незважаючи на певні успіхи, досягнуті у сфері туристичної логістики, єдиний підхід щодо термінологічної бази та сутності логістичних туристичних систем відсутній. Одне з основних завдань туристичної логістики полягає у створенні інтегрованої ефективної системи регулювання й контролю за матеріальними й супроводжуваними їх грошовими та інформаційними потоками, що забезпечує високу якість поставки продукції туристичним підприємством.

Рівень логістичного сервісу, надійність обслуговування споживачів, загальні витрати, пов'язані з утриманням запасів, собівартість товару-послуги залежать від обраної фірмою-постачальником стратегії маркетингової туристичної логістики.

Об'єкти та методи дослідження.

Незважаючи на певні успіхи, досягнуті у сфері туристичної логістики, єдиний підхід щодо термінологічної бази та сутності логістичних туристичних систем відсутній. Одне з основних завдань туристичної логістики полягає у створенні інтегрованої ефективної системи регулювання й контролю за матеріальними й супроводжуваними їх грошовими та інформаційними потоками, що забезпечує високу якість поставки продукції туристичним підприємством.

Питанням дослідження логістичної системи приділяли увагу багато вчених: Т.В. Алесінська, І.А. Бланк, Л. Б. Міротін, О.А. Митько, С.М. Дімарчук, М.А. Окландер, Г.А. Семенов, М.Г. Гиря та інші. Аналіз літературних джерел, присвячених логістиці, дозволяє виявити широкий спектр проблем, що поки ще залишилися поза увагою вчених. До таких слід віднести розбіжності трактувань як самої логістики так і її складових; наявність багатьох різновидів логістики – закупівельної, виробничої, розподільчої, транспортної, складської, інформаційної та інших при абсолютній незрозумілості, наприклад, того чим закупівельна логістика відрізняється від матеріально-технічного постачання чи розподільча логістика від збуту. Кожен з названих і неназваних компонентів логістики достатньо повно вивчений і описаний в спеціальній літературі. Новизна ж логістичного підходу полягає в системній інтеграції і координації при розгляді механізмів їх динамічної взаємодії з метою досягнення потрібного результату. Тому більш коректно вести мову не про види логістики, а про її функціональні галузі.

Окремі питання управління логістичною діяльністю підприємств розглянуті в роботах дослідників (Б.О. Анікіна, Д.Дж. Бауерсокса, А.М. Гаджинського, М.П. Гордона, Д.Дж. Клосса, В.С. Лукінського, Л.Б. Міротіна, В.І. Сергєєва, Д. Уотерса, Дж.Ф. Шапіро та інших. Формування загальних механізмів управління господарюючими суб'єктами запропоновані в роботах О.В. Амельницької, А.Г. Гончарука, О.А. Єрьоменко-Григоренко, А.В. Куценко, Г.С. Одинцової, Н.В. Стасюк.

Важливі дослідження основних положень стратегічного управління логістикою, створення нової концепції формування стратегій маркетингової та логістичної діяльності виконали зарубіжні та вітчизняні вчені: Р. Баллоу, Р. Шредер, Е. Барді, П. Друкер, Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт, В. Руделіус, К. Рутковський, О. Амоша, Є. Крикавський, І. Решетнікова, Л. Федулова, М. Постан, Л. Фролова, Р. Ларіна, І. Булеєв, Є. Качан, О. Тридід та інші.

Логістична діяльність нині як інтегроване управління потоками на туристичному підприємстві охоплює всі його функціональні підрозділи і напрями – постачання, виробництво, маркетинг, збут, фінанси, інфраструктуру. Тому важливим моментом дослідження сутності логістичної діяльності є розгляд її складових – функціональних напрямів, серед яких виділяють постачання, організацію виробництва, збут, складування, транспортування, управління запасами. Об'єктом логістичної діяльності туристичного підприємства виступає сукупність матеріальних, фінансових, інформаційних та сервісних потоків.

Механізм управління логістичною діяльністю туристичного підприємства з позицій операційного підходу нині представляється у вигляді чіткої послідовності операцій (дій, процесів), виконання яких приводить до отримання бажаного результату – підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства, що визначається інтегральним показником ефективності. В рамках окремих операцій реалізуються конкретні інструменти, методики, методи управління, моделі.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка сучасних підходів до ролі логістики туризму в умовах ринкової конкуренції. Виходячи із поставленої мети ставляться такі завдання: проаналізувати логістику туризму як прикладний напрям логістичної теорії та практики; оцінити логістичну діяльність туристичного підприємства; систему логістичного управління туристичним підприємством; систему та якість логістичного обслуговування споживачів.

Результати та їх обговорення.

Для світового ринку логістичних послуг в сучасних умовах господарювання характерні не тільки великі обсяги (12 % валового світового продукту) та динаміка (5 % зростання за рік), але й просторова структура, в якій перевага належить країнам Західної Європи (зокрема ЄС) - 27,5 %, Північної Америки (США) - 26,7, Азійсько-Тихоокеанського регіону (Японії) - 19 %.

Науковці відзначають, що **логістика в туризмі** – прикладний напрям логістичної теорії та практики, який ілюструє значний потенціал логістики для підвищення ефективності кожного окремого виду підприємництва незалежно від того, пов'язаний він зі сферою матеріального виробництва (промисловість, агробізнес, будівництво) чи зі сферою послуг (торгівля, банківська справа, транспорт, туризм, ГРБ тощо) [9].

Саме **логістика** - наука про плануванні, постійному контролі й управлінні операціями, чинними у процесі формування туру, доведення готової продукції до споживача відповідно до інтересами та вимогами останнього, соціальній та процесі передачі, збереження і обробки відповідної інформації.

Логістична діяльність підприємства, під якою розуміється напрям господарської діяльності, що полягає в управлінні матеріальними і супроводжуваними їх інформаційними, фінансовими та сервісними потоками підприємства шляхом послідовного та взаємоузгодженого виконання логістичних операцій на основі принципів системності, комплексності, інтегрованості усіх ланок логістичного ланцюга «постачання – виробництво – збут» з метою досягнення довгострокового успіху у бізнесі за рахунок максимального задоволення вимог споживачів, мінімізації витрат, узгодження інтересів всіх учасників товароруку в умовах ризиків, мінливості та невизначеності зовнішнього оточення [7].

Логістична діяльність нині як інтегроване управління потоками на підприємстві охоплює всі його функціональні підрозділи і напрями – постачання, виробництво, маркетинг, збут, фінанси, інфраструктура. Тому важливим моментом дослідження сутності логістичної діяльності є розгляд її складових – функціональних напрямів, серед яких виділяють постачання, організацію виробництва, збут, складування, транспортування, управління запасами. Об'єктом логістичної діяльності підприємства виступає сукупність матеріальних, фінансових, інформаційних та сервісних потоків.

Сутність логістичної діяльності туристичного підприємства полягає в управлінні об'єктами (потоками) у функціональних сферах діяльності підприємства шляхом використання методів логістики. Це управління повинно забезпечувати досягнення цілей логістичної діяльності на основі визначених критеріїв ефективності та базуватися на виконанні управлінських функцій і дотриманні принципів логістики.

Логістичне управління – це процес формулювання стратегії, планування, управління і контролю за переміщенням і складуванням сировини, матеріалів, виробничих запасів, готових виробів та формуванням інформації від пункту виникнення до пункту використання (споживання) з метою найефективнішого пристосування та задоволення потреб клієнта.

Розвиток теорії логістичного управління досяг рівня інтегрованого логістичного управління як сутності сучасного управління підприємством. Інтегроване логістичне управління передбачає такі фази: аналіз і прогноз (системи аналізу ситуацій, діагностики та прогнозу); формування стратегічної концепції логістики (стратегічне планування –

стратегічні цілі логістики, логістичні стратегії); конкретизація стратегічних завдань у програмах і оперативно-тактичних планах (оперативне планування – оперативні цілі логістики, логістика-mix); реалізація і контроль логістичних планів (організація, управління та контроль за виконанням) [5].

Функціональними сферами *логістичного управління на туристичному підприємстві* є:

1) оптимізація фізичного переміщення матеріалів (формування стратегії розвитку туристичного підприємства щодо створення логістичних ланцюгів, логістично-маркетингове управління, комп'ютерне моделювання та імітація, інтеграція логістичних процесів з допомогою організаційних змін, операційні дослідження логістичних ланцюгів, багатокритеріальна оптимізація та відповідне управління);

2) поліпшення інформаційних процесів (впровадження сучасних інформаційних технологій (hardware, software), вдосконалення техніки інформаційних технологій, автоматична ідентифікація, електронний обмін інформацією, впровадження нових технологій в обробку замовлень);

3) зберігання оптимальних матеріальних запасів (синхронізація транспорту з управлінням запасами, впровадження сучасних концепцій управління запасами, поліпшення логістичного сервісу (надійність, якість, еластичність поставок);

4) синхронізація інфраструктури логістичних процесів (координація замовлень споживачів із транспортно-складськими та пакувальними процесами, синхронізація роботи внутрішнього та зовнішнього транспорту, координація в постачальницькому середовищі, пристосування систем автоматичної ідентифікації, інформаційних та пакувальних процесів до потреб логістичного ланцюга);

5) управління загальними логістичними витратами (аналіз структури витрат, оптимізація часу реалізації транспортних послуг, оптимізація складських витрат, ABC/XYZ-групування матеріалів, впровадження методів контролінгу, ефективне використання просторово-часового потенціалу).

Сутність логістичного управління на сьогодні структурується за стратегічними та оперативними сферами. Завдання й основи *стратегічного логістичного управління* в аспекті інтегрованого управління туристичним підприємством пов'язані з такими процесами: включенням логістики до структури стратегічного планування туристичного підприємства, що виникає передусім з ролі логістики як розвинутого інструменту аналізу ланцюга доставки вартостей; формулюванням стратегії логістики та її місця в загальній стратегії туристичного підприємства, а відтак укомпонуванням стратегії логістики в структуру загальної стратегії туристичного підприємства, що має також істотне значення для логістичного управління, формуючи з нього системну детермінанту ефективності; конкретизацією стратегічних положень у сфері стратегічних цілей і стратегічних проектів їх реалізації, як і стратегічного контролю логістичного планування, що робить можливим відповідне реагування логістичного управління на користь послідовної трансформації стратегії і довготривалого, результативного управління на туристичному підприємстві; визначенням адекватної стратегії організації логістики на туристичному підприємстві, яка охоплює передусім формування адекватної щодо стратегії організаційної структури логістики, з урахуванням критеріїв, що спираються на структуру логістичних функцій і процесів, а також формування логістики як процесу розвитку організації туристичного підприємства [5].

Наукові дослідження підтверджують, що *стратегічне управління логістикою* – високопрофесійна управлінська діяльність зі своєю логістичною структурною спеціалізацією, спрямована на виживання логістичної системи туристичного підприємства в невизначеному зовнішньому середовищі, обов'язково включає стратегічне планування як строго заданий процес і строго певну підсистему.

На сучасному етапі виділяють *три стадії процесу логістичного стратегічного управління*:

1) графічний інтерфейс орієнтований на людину і відповідає за надання математичної моделі у вигляді, зрозумілому для широкого кола фахівців. Це можуть бути блок-схеми, схеми фізичні принципіальні та інше;

2) логістичне стратегічне планування (розробка стратегії, стратегічного аналізу і вибору);

3) стратегічна організація або настройка організаційної системи відповідно до обраної логістичної стратегії (впровадження стратегії, реалізація стратегії);

4) стратегічний контроль і регулювання функціонування логістичної системи (оцінка стратегії, моніторинг та оцінка виконання) [1].

На стадії *стратегічного планування* перш за все визначаються стратегії логістичної системи туристичного підприємства шляхом встановлення його місії, аналізу стратегічних позицій, дослідження внутрішніх і зовнішніх факторів і дій, які можуть привести до досягнення, утримання, розвитку та капіталізації конкурентних переваг. Сьогодні стратегічне планування є необхідним елементом ефективного розвитку будь-якого туристичного підприємства. Розробка логістичної стратегії займає центральне місце на туристичному підприємстві поряд з корпоративною маркетинговою та виробничою стратегіями і встановленням місії.

На *етапі оцінки* в умовах сьогодення позиціонується логістична стратегія по відношенню до місії і корпоративної стратегії туристичного підприємства на ринку. Повинна бути ретельно проаналізована загальна економічна і політична ситуація, визначені передбачувані тенденції її зміни на період від 5 до 15 років. Більш детально оцінюється інтерфейс логістичної стратегії з маркетинговою та виробничою.

На *другому етапі* розробки логістичної стратегії туристичного підприємства підбираються та аналізуються можливі стратегічні рішення на рівні туристичної фірми в цілому і окремих структурних підрозділів зокрема, визначаються базові вимоги до компонентів логістичної стратегії.

Третій етап полягає у встановленні пріоритетів та вибору однієї домінуючої логістичної стратегії туристичного підприємства з набору можливих альтернатив. При цьому принципове значення має рання ідентифікація необхідних ресурсів для виконання стратегії і джерел їх отримання.

Заключний етап полягає в розробці безпосередньо стратегічного логістичного плану туристичного підприємства з визначенням агрегованих показників як в цілому для логістичної системи, так і для окремих рівнів менеджменту [9].

Слід зауважити, однією з головних складових логістичної стратегії є логістична інформаційна система, що зв'язує інформаційними і телекомунікаційними каналами основні логістичні функції та сфери бізнесу. Логістична інформаційна система туристичного підприємства забезпечує інтерфейс із зовнішнім середовищем через маркетингову стратегію, а з внутрішнім мікросередовищем фірми - через виробничу стратегію.

Логістичне обслуговування споживачів - це важлива складова пронесу обслуговування, яка дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб споживачів за умови підтримки ефективного рівня витрат у ланцюзі постачання туристичного підприємства. Саме це визначення на сьогодні характеризує тенденцію розглядати логістичне обслуговування споживачів як процес, спрямований на керування ланцюгом постачання туристичного підприємства.

Основними принципами *логістичного обслуговування споживачів* є:

- орієнтація на задоволення потреб споживачів;
- орієнтація на функціональний та інформаційний процеси;

- орієнтація системи обслуговування на запобігання помилок, збоїв, невідповідностей, наскільки це можливо;

- орієнтація на вдосконалення процесів, процедур і документації по обслуговуванню споживачів;

- участь співробітників всіх функціональних підрозділів туристичного підприємства в забезпеченні необхідного рівня обслуговування споживачів;

- чіткий розподіл посадових обов'язків працівників закладу [2].

Саме зазначені принципи є основою для формування цілей логістичного обслуговування споживачів:

- виконання замовлень споживачів з погляду розроблених і впроваджених стандартів обслуговування;

- безупинна і постійна підтримка необхідного рівня обслуговування;

- постійний аналіз вимог, пропонованих до системи обслуговування з метою визначення можливостей по підтримці необхідного рівня обслуговування.

- оптимізація витрат ресурсів, зв'язаних із забезпеченням необхідного рівня обслуговування;

- досягнення ефективності функціонування системи обслуговування.

Залежно від виду логістичних ланцюгів нині логістичні туристичні системи поділяються на:

- **логістичні туристичні системи з прямими зв'язками** - це системи, у яких матеріальний потік доводиться до споживача без посередників, на основі прямих господарських зв'язків;

- **ешелоновані (багаторівневі) логістичні туристичні системи** - це системи, у яких матеріальний потік доводиться до споживача за участю як мінімум одного посередника;

- **зв'язані логістичні туристичні системи** - системи, у яких доведення матеріального потоку до споживача здійснюється як за прямими зв'язками, так і за участю посередників [9].

Управління логістичною діяльністю туристичного підприємства полягає саме в управлінні потоковими процесами всередині туристичного підприємства із врахуванням зовнішніх кон'юнктурних умов. Подібне управління туристичним підприємством реалізується на основі виконання функцій прогнозування, планування, організації, координації, обліку, аналізу, моніторингу, контролю, регулювання [79, с. 201].

Для системного управління логістичною діяльністю туристичних підприємств ключовим моментом є формування економічного механізму управління, виділення його складових, важелів і інструментів регулювання. Під важелями логістичної діяльності розуміються норми і нормативи, ліміти і резерви, фінансові стимули і санкції, ціни, транспортні тарифи, що використовуються в якості засобу зміни економічного стану туристичного підприємства.

Деякі компанії з єдиною метою здійснення максимального контролю над графіками перевезень туристів купують авіакомпанії, а щоб завжди мати достатньо місць розміщення - готелі, здійснюючи в такий спосіб зворотний інтеграцію. Так, кіпрський туроператор "Roots Holidays" володіє кількома готелями північ від Кіпру. Це дозволяє навіть у "високий" сезон мати резерв кімнат. Інша велика кіпрська туристська компанія "Creative Travel" купила екскурсійне бюро "FameTours" і бюро по прокату автомобілів "CreativeCarHire", значно спростило бронювання екскурсій, дозволило підтримувати відповідні високі стандарти у обслуговуванні, удосконалювати розробку маршрутів і графіків праці та забезпечувати туристів машинами на прокат.

Компанії змушені розробляти довгострокові плани перевезень туристів зарубіжних країн, бронювання блоків місць у готелях. У разі необхідно заздалегідь на початок сезону

планувати зразкову кількість туристів, яке фірмі доведеться обслужити. Фінансовий ризик таких рішень може бути справді відчутний. Скажімо, знявши на сезон цілий літак, при деяких обставинах (зниження купівельної спроможності населення, зміна смаків і навіть погана політична обстановка країни відпочинку) турфірма майже напевно понесе величезних збитків. Зрозуміло, значні компанії дедалі більше звертаються до методів аналізу ризику. Деякі спеціально розроблені для турфірм комп'ютерні програми дозволяють виробляти взаємозалежні удосконалення до планування перевезень туристів, блоків місць у готелях, що допомагає скоротити до мінімуму кількість не які у цей час часу місць.

Логістичний сервіс в туризмі – це комплекс нематеріальних логістичних послуг в туризмі, спрямованих на максимальне задоволення потреб споживачів в процесі управління матеріальними, фінансовими та інформаційними туристичними потоками. Логістичний сервіс може надаватися як, власне, фірмою - виробником продукції, так і спеціалізованим логістичним провайдером [9].

Головною метою логістичного сервісу в туризмі на сьогодні є забезпечення необхідного рівня задоволення вимог клієнта за якнайнижчих сукупних витрат, що передбачає гарантоване отримання ним продукту відповідної якості, кількості та асортименту у певному місці, у певний час та за певною ціною. Взагалі, надання якісних логістичних послуг зумовлює високу потенційну здатність логістичної системи (підприємства, міжорганізаційної кооперації підприємств, ланцюга поставок і т.п.) повністю задовольнити потреби клієнта щодо часу, надійності, готовності, комунікативності, якості та еластичності, що сприяє підвищенню попиту на матеріальні блага, а отже, збільшенню доходів та рентабельності підприємства.

В основу сучасного логістичного сервісу в туризмі покладені наступні **принципи**:

- максимальна відповідність запитам і очікуванням споживачів;
- нерозривний зв'язок з основними принципами і задачами маркетингу;
- ринкова орієнтація сервісу, його гнучкість;
- постійне підвищення якості послуг, що надаються, їх оптимізація;
- надійність поставки. Залежить від здатності постачальника дотримати вказані в договорі терміни;
- весь час від отримання замовлення до поставки партії товарів. Включає в себе час на оформлення замовлення, упаковку, відвантаження, доставку партії товарів тощо.
- гнучкість поставки. Здатність постачальника враховувати особливі побажання клієнтів, наприклад, змінювати спосіб транспортування замовлення, тару, упаковку, терміни поставки або відмінити заявку на замовлення в цілому [9].

Рівень логістичного сервісу, надійність обслуговування споживачів, загальні витрати, пов'язані з утриманням запасів, собівартість товару-послуги залежать від обраної фірмою-постачальником стратегії маркетингової туристичної логістики.

Логістичний туристичний сервіс нині ґрунтується на шести основних принципах:

1) **обов'язковість туристичної пропозиції**. Туристичне підприємство, яке реалізує послуги, що потребують обслуговування, але не пропонує споживачу жодних видів сервісу, приречене на поразку в конкурентній боротьбі. Туристичне підприємство зобов'язане пропонувати, але не може нав'язувати клієнтам сервіс, оскільки вибір покупця має бути абсолютно вільним;

2) **туристична еластичність**. Пакет наданих туристичних послуг має бути досить широким – від мінімально необхідних до максимально доцільних;

3) **туристична зручність**. Туристичний сервіс має надаватися в тому місці і в такій формі, що влаштували б покупця;

4) **раціональна цінова туристична політика.** Туристичний сервіс повинен бути не стільки джерелом додаткового туристичного прибутку, скільки стимулом для придбання послуг і засобом зміцнення довіри покупців до туристичного підприємства;

5) **інформаційна віддача.** У процесі надання туристичних послуг потрібно організувати збір інформації про всі сторони надання туристичних послуг, про оцінки клієнтів, про поведінку і форму сервісу конкурентів [9].

Послідовність дій, які забезпечують формування **підсистеми логістичного туристичного сервісу:**

1) сегментація споживчого туристичного ринку, тобто його поділ на групи споживачів, для кожної з яких можуть знадобитися певні туристичні послуги відповідно до особливостей споживання;

2) визначення переліку найбільш значимих для покупців туристичних послуг;

3) ранжування туристичних послуг, які входять у складений перелік. Зосередження уваги на найбільш значимих для покупців туристичних послугах;

4) визначення стандартів туристичних послуг у розрізі окремих сегментів ринку;

5) оцінка туристичних послуг, які надаються, установлення взаємозв'язку між рівнем сервісу і вартістю послуг, які надаються, визначення рівня сервісу, необхідного для забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства;

6) установлення зворотного зв'язку з покупцями для забезпечення відповідності туристичних послуг потребам покупців [4].

У загальному вигляді **організація логістичного сервісу** - це комплекс організаційно-економічних заходів, які забезпечують надання логістичних послуг. У західних країнах широко використовується поняття "**логістики сервісного відгуку**" (service response logistics, **SRL**). SRL-підхід є найчастіше основним стратегічним елементом менеджменту багатьох закордонних фірм, які надають послуги. SRL – це процес координації логістичних операцій, необхідних для надання послуг найефективнішим щодо витрат і задоволення потреб споживачів способом. Основним елементом цього підходу є прийняття замовлень на послуги і моніторинг надання послуг. До SR-дій відносять:

1) прогнозування обсягу туристичних послуг;

2) збирання інформації про запропоновані туристичні послуги;

3) вибір каналу просування туристичних послуг;

4) наймання персоналу служби сервісу і ротацію кадрів;

5) навчання персоналу служби туристичного сервісу;

6) розклад роботи персоналу та сервісного обладнання;

7) управління потужностями сервісного обладнання;

8) реєстрацію клієнтів та ведення електронних баз даних;

9) оцінку потреб клієнтів та взаємодію з ними;

10) моніторинг доведення туристичних послуг до споживача;

11) організацію туристичних виставок;

12) планування та контроль сервісної туристичної мережі;

13) контроль комунікацій;

14) передачу інформації про туристичні послуги і т.п. [3].

Зіставлення дій з управління матеріальними потоками в логістичному ланцюгу (SC-дій) та дій з управління сервісними потоками (SR-дій) приводить до висновку, що менеджерам з логістики в туристичних фірмах, які надають туристичні послуги, доречно використовувати принципи та методи управління матеріальними потоками, звертаючи увагу лише на комплексний характер процедур замовлень та моніторингу туристичних послуг.

Організація логістичного туристичного сервісу нині перш за все пов'язана з визначенням обсягу витрат на логістичний туристичний сервіс. Сучасний підхід до оцінки

логістичних туристичних витрат ґрунтується на концепції загальних витрат логістики, відповідно до якої включаються всі виграти, необхідні для забезпечення потреб логістики. Тому *витрати на логістичне обслуговування* - це витрати, пов'язані з наданням споживачу комплексу послуг, пов'язаних з допродажним та післяпродажним туристичним обслуговуванням, а також безпосередньо під час продажу туристичної продукції. До них належать витрати на доставку продукції, пакування, обробку замовлень, інформаційну систему і т.п. [9].

До ключових параметрів *якості логістичного туристичного обслуговування відносять:*

- час від отримання замовлення постачальником до постачання продукції споживачу (замовнику);
- гарантовану надійність постачання за будь-яких умов;
- реальну можливість доставки за першою вимогою замовника;
- наявність необхідних запасів у логістичній туристичній системі;
- стабільність матеріально-технічного забезпечення клієнтів;
- максимальну відповідність виконання замовлень вимогам клієнтів;
- прогресуючий ступінь доступності виконання замовлень у діючій логістичній туристичній системі;
- зручність подання замовлення у логістичній туристичній системі в будь-який час;
- якнайшвидше підтвердження замовлення, прийнятого постачальником для виконання;
- об'єктивність цін на логістичні туристичні послуги;
- регулярність інформування клієнтів про рівень і структуру витрат на логістичне туристичне обслуговування;
- наявність у логістичній туристичній системі можливостей надання постійним клієнтам товарних кредитів і прихованих знижок у вигляді логістичних туристичних послуг, які надаються безкоштовно;
- високу ефективність технології вантажопереробки на складах і інших трансформаційних об'єктах логістичної туристичної системи;
- забезпечення високої якості пакування товарної продукції;
- прогресуючу можливість здійснення пакетних і контейнерних перевезень [9].

CASE-технології – це вид консалтингових логістичних туристичних послуг, пов'язаних з оптимізацією управління бізнес-процесами на туристичному підприємстві. Реальна діяльність пронизує туристичне підприємство у виді набору бізнес-процесів, що здебільшого ніким не керуються і за які ніхто не відповідає, тому що бізнес-процеси не описані й не документовані.

Якість логістичного туристичного обслуговування визначається розміром розриву (розбіжності) між очікуваними та фактичними параметрами туристичного обслуговування. Так, якщо фактичні параметри логістичного туристичного обслуговування перевищують очікувані, то така логістична система сприяє формуванню додаткових конкурентних переваг туристичної фірми. І навпаки, якщо очікувані параметри перевищують фактичні, то виникає загроза втрати фактичних і потенційних споживачів, конкурентних позицій туристичної фірми, що насамкінець призведе до втрати частки туристичного ринку і прибутків. *Критеріями якості обслуговування в туризмі* є номенклатура та кількість логістичних туристичних послуг, час, ціна, надійність [9].

Підхід до вирішення стратегічних господарських проблем, підвищення прибутку, має базуватися на формуванні групи фахівців різного профілю переважають у всіх ключових перелічених вище областях логістичній системі та проводиться на певних етапах.

На *першому етапі* виявляються стратегічну мету і напрям господарського розвитку фірми у майбутньому і вивчаються такі питання:

1. **Зміна ринкових потреб.** Аналіз ринків може показати, що у обсягах продукції, що проходить різних каналах розподілу, відбуваються зрушення на користь якогось каналу.

2. **Підвищення вимог до логістиці.** Зрушення у розподільчих каналах повинен позначитися на підвищенні вимог до логістиці як системі у плані термінів, надійності і комплексності обслуговування.

3. **Розбивка продукції за принципом Парето.** Необхідно враховувати ефект Парето: на обмежену кількість товарів доводиться основний потік. Візьмемо 2 виду турів - літній відпочинок Мармарисі (фірма "Simena", Туреччина) і лікування Карлових Варях. На тур фірми "Simena" доводиться основного обсягу продажів.

4 **Гнучка виробнича система.** Має бути створена в такий спосіб, щоб реагувала зміну ринкових потреб.

5. **Турбота навколо окремих видів діяльності.** Слід зважати як на випуск деякого асортименту масового і спеціалізованого турпродукту, а й у специфічні види діяльності (оформлення турецьких віз у Москві).

6. **Гнучкість.** Логістична система повинна мати здатність короткостроковій адаптації, тому важлива гнучкість кінцевого стратегічного напрямки.

7. **Підвищення логістичних показників постачальників.** Цей чинник пов'язані з розробкою різних заходів із надання турпослуг клієнтам, що значно легше здійснювати за наявності зворотної інтеграції [5].

На першому етапі виявляються також поточний стан усіх господарських функціональних областей, існують, та вузькі місця туристичної фірми; розробляється план дій зі збільшення прибутку, у якому враховуються мети, ресурси, графіки і взаємозалежності, різні господарські варіанти задля досягнення цілей.

На *другому етапі* виробляється докладний загальний господарський план туристичної фірми, який підтверджує стратегічний напрям першим етапом. У зміст стратегічного напрямки входять:

1. **Виробничі потужності.** Визначаються обсягами виробництва, асортиментом запропонованої турпродукції, ринками - оптимальними показниками збільшення прибутку.

2. **Види транспорту.** Досліджуються різні перевізники у плані витрат й можливості задовольняти логістичні потреби виробничої системи.

3. **Контрольні системи.** Стежать за результатами діяльності.

4. **Постачальники.** Оцінюються їх фінансові результати.

5. **Загальний господарський план.** Логістичні проекти з кожної функціональної області тісно пов'язуються з загальним господарським планом, що містить повну фінансову оцінку, розподіл ресурсів, управління логістичної системою та інше.

Наведена логістична схема розробки господарської стратегії спрямовано роботу виробництва, підвищення прибутку, і навіть для досягнення значних переваг перед конкурентами туристичної фірми.

Серед можливих варіантів стратегій підвищення інтегрального показника ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства нині виділені зовнішній (використання логістичного аутсорсингу) і внутрішній (оптимізація руху логістичних потоків) варіанти. Сутність аутсорсингу полягає в передачі окремих функцій управління логістичною діяльністю туристичного підприємства стороннім спеціалізованим компаніям, що за рахунок більшого досвіду цих компаній дозволить досягти підвищення результативності діяльності.

Аутсорсингові відносини між господарюючими суб'єктами нині структуруються на основі злагоджених і підписаних договорів, умови яких можуть передбачати різні з економічної і юридичної точки зору форми організації діяльності. Форма партнерських взаєностосунків залежить від вибору замовника, від розподілу відповідальності і ризиків між замовником і виконавцем. Рівень відповідальності залежить від бажання і можливості

контролювати і координувати процес виконання робіт аутсорсером. Ухваливши рішення передати частину допоміжних функцій зовнішньому суб'єкту, організація повинна ретельно підійти до вибору партнера. Основними критеріями вибору нині є здатність компанії продемонструвати можливості якісної реалізації поставленого завдання, наявність досвіду аналогічних успішних проектів і сертифікованої системи підтримки розробки. Розмір і популярність постачальника послуг, а також існуючі зв'язки з ним є другорядними чинниками при виборі партнера. Більшість українських туристичних фірм, потенційно готова до того, щоб в деякій мірі дезінтегруватися і передати свої непрофільні види діяльності іншим виконавцям. Перш ніж передати ту або іншу логістичну функцію на аутсорсинг, слід ретельно продумати, на які аспекти роботи логістичної системи це вплине (на витрати по дистрибуції, контроль ланцюжків поставок, гнучкість підприємства, на обслуговування покупців, на сезонні коливання попиту на продукцію або на впровадження нового продукту). Для того, щоб визначити доцільність передачі тієї або іншої функції на аутсорсинг потрібно розглянути її з позиції чотирьох аспектів: стратегічного фокусу (чи є операція стратегічною для підприємства), операційної здатності (чи є конкурентоздатні операції), фінансової вигоди (чи є значна перевага у витратах) і можливості для вдосконалення всередині підприємства (чи може бути створена значна перевага у витратах) [4].

Сучасні тенденції розвитку науки, техніки і технології тісно переплітаються із процесами управління інформаційними логістичними потоками. Суть даних тенденцій полягає у заміні паперових перевізних документів на електроні - що фактично означає перехід на безпаперову систему обміну логістичною інформацією.

Заснована на базі СУБД Oracle, автоматизована система керування **OPERA Enterprise Solution** пропонує нову концепцію роботи й поліпшення рівня обслуговування гостей, сполучаючи в собі такі безсумнівні переваги як швидкість, надійність, функціональність й у той же час простоту використання [101]. OPERA Enterprise Solution - це система, що складається з модулів, які можуть бути настроєні й додані залежно від побажань користувача.

Вона містить у собі систему автоматизації служби прийому й розміщення гостей (Property Management System); систему автоматизації відділу продажів і маркетингу (Sales and Catering); систему керування якістю обслуговування (Quality Management System); систему оптимізації прибутку (Revenue Management); систему керування заходами (OPERA Activity Scheduler); систему централізованого бронювання (OPERA Reservation System); модуль бронювання через Інтернет (Web-Self Service); централізовану інформаційну систему по клієнтах (Customer Information System).

Система OPERA Enterprise Solution, OPERA-Palm, дозволяє персоналу, що перебуває практично в будь-якій точці готелю, робити всі необхідні операції (поселення й виписку гостей, перевірку статусу номера, керування заходами й багато чого іншого).

Технології OPERA Enterprise Solution надають готелю можливість роботи як у режимі клієнт-серверного додатка, так і через Інтернет-браузер ("Тонкий Клієнт"). Використання технології "Тонкий Клієнт" дозволяє значно скоротити витрати на кожному етапі життєвого циклу ІТ системи готелю, включаючи підтримку й відновлення.

OPERA Enterprise Solution сумісна з усіма операційним системами, і сервер може працювати на базі Microsoft Windows NT/2000, AIX й Sun Solaris.

Web Self Service – Інтернет-додаток системи OPERA Enterprise Solution, дозволить здійснювати бронювання безпосередньо з Інтернет-сторінки.

OPERA Multi-Property дозволяє створення єдиного інформаційного центру, що дає змогу здійснювати керування відразу декількома готельними підрозділами в єдиній базі даних.

Система автоматизації служби прийому й розміщення (Property Management System - PMS).

Центральною ланкою рішення OPERA Enterprise Solution є система автоматизації служби прийому й розміщення. Переваги системи керування OPERA PMS дозволять значно підвищити рівень продуктивності й рентабельності готелю. Система легко налаштовується з обліком індивідуальних вимог і побажань, дуже легка й проста у використанні, і дозволить керуючій ланці готелю завжди мати саму точну й останню інформацію як по окремому готелі або готельній мережі, так і по всіх підприємствах. При цьому керування всіма підприємствами буде здійснюватися за допомогою єдиної бази даних Oracle.

Система OPERA Enterprise Solution сумісна з такими світовими системами бронювання як Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan.

У системі також присутня система автоматизації відділу продажів і маркетингу (Sales and Catering - S&C).

OPERA S&C - це повнофункціональна система автоматизації відділу продажів і маркетингу, повністю інтегрована із системою автоматизації служби прийому й розміщення (OPERA PMS) і системою централізованого бронювання (OPERA ORS). Завдяки єдиній базі даних більше немає необхідності в установці інтерфейсів для обміну даними між цими системами. Тепер управлінський персонал, відділ продажів і бронювання готелю може обмінюватися інформацією про клієнтів, рахунки, доступність номерів, діючих тарифах і здійснювати загальний контроль всієї діяльності підприємства.

Система керування якістю обслуговування (Quality Management System - QMS)

Система керування якістю – це інструмент для керування й контролю кожного аспекту діяльності готелю з метою підвищення стандартів обслуговування в повній відповідності з усіма вимогами гостей.

Система швидкої реакції на запити гостей дозволяє управлінському персоналу перевіряти швидкість реакції співробітників відповідно до покладених стандартів. Менеджмент автоматично сповіщається про затримки у виконанні ще до того, як надійде скарга від гостя.

Модуль профілактичного обслуговування дозволяє становити графік запланованих ремонтних робіт, щоб запобігти незапланованим терміновим ремонтам. OPERA QMS дозволяє вводити інформацію не тільки з комп'ютера на робочому місці співробітника, але й віддалено за допомогою OPERAPalm, пейджера, телефону з тональним набором.

На жаль, у вітчизняній практиці проби скасування перевізних документів, розрахунків ватажних тарифів, системи взаємних розрахунків за перевезення між відправниками, отримувачами і транспортними організаціями не підпорядковані системності і не забезпечені технічними засобами.

Основою створення "безпаперових" систем управління інформаційними потоками є технічна база, яка включає в себе:

- 1) багатопроцесорні ЕОМ, міні- і макро- ЕОМ п'ятого покоління;
- 2) канали зв'язку;
- 3) обладнання персональними комп'ютерами посадових осіб.

Крім застосування прогресивної технічної бази, при створенні принципово нової технології необхідно здійснювати комплекс наступних **організаційно-технологічних заходів**:

- розробити уніфіковану для всіх видів транспорту систему кодування вантажів, вантажовідправників і вантажоотримувачів та інших транспортних засобів тощо. Всі види інформації на вантажних одиницях повинні наноситися способом зручним для автоматичного зчитування;

- сформувати банки даних з нормативно-довідкової та оперативної інформації, які містять всю інформацію, необхідну для вирішення завдань, пов'язаних із відслідковуванням і розшуком вантажів в межах складу, станції тощо.

У результаті скасування роботи по оформленню перевізних документів і канцелярських звітів суттєво спрощується процедура прийому і видачі вантажів, відпадає значна кількість операцій, в тому числі: складання комплексу перевізних документів; оформлення накладної після прийому вантажів до перевезення; заповнення книги прийому вантажу до перевезення; складання оперативної звітності про навантаження та розвантаження товарів і т.д.

Головний принцип бездокументарної технології вантажного перевезення полягає в тому, що з моменту надходження вантажів і до моменту видачі, вся необхідна інформація знаходиться в пам'яті ЕОМ.

Для здійснення принципів бездокументарної технології необхідно вирішити наступні завдання:

- 1) створення єдиної системи обліку матеріального потоку;
- 2) реформувати існуючі правові та адміністративні норми, пов'язані зі скасуванням перевізних та інших документів, які, на даний час, мають велике юридичне значення;
- 3) виконати дослідження діяльності посадових осіб, які традиційно працювали з документуванням перевезень, і яким належить працювати в умовах повної автоматизації і діалогу з ЕОМ;
- 4) розробити раціональну уніфіковану систему кодування вагонів, вантажів, вантажоотримувачів та відправників із забезпеченням мінімальних збитків при роботі даної системи;
- 5) сформувати структуру уніфікованого коду для нанесення його на вантажі і транспортні засоби і забезпечення швидкого і зручного зчитування інформації.

Загалом, процес вдосконалення системи управління інформаційними потоками в контексті переходу на бездокументну основу є безальтернативним. Оскільки, вже на сучасному рівні впровадження бездокументних технологій супроводу руху вантажів часто відбувається дублювання операцій електронними та паперовими носіями. При цьому все відчутнішою стає перевага електронних засобів, які забезпечують більшу швидкість та оперативність обміну інформацією, зручність при отриманні, сортуванні, зберіганні, обробці та використанні інформації.

Туристична фірма може досягти будь-якого рівня сервісу. Однак надзвичайно високий рівень туристичного сервісу вимагає значних витрат, тому менеджери з логістики повинні намагатися забезпечувати баланс між якістю обслуговування споживачів та витратами для цього.

Висновки. Логістика в туризмі – прикладний напрям логістичної теорії та практики, який ілюструє значний потенціал логістики для підвищення ефективності кожного окремого виду підприємництва незалежно від того, пов'язаний він зі сферою матеріального виробництва чи зі сферою послуг.

Сутність логістичного управління на сьогодні структурується за стратегічними та оперативними сферами. Завдання стратегічного логістичного управління в аспекті інтегрованого управління туристичним підприємством пов'язані з такими процесами: включенням логістики до структури стратегічного планування туристичного підприємства; формулюванням стратегії логістики та її місця в загальній стратегії туристичного підприємства; конкретизацією стратегічних положень у сфері стратегічних цілей і стратегічних проектів їх реалізації; визначенням адекватної стратегії організації логістики на туристичному підприємстві, яка охоплює передусім формування адекватної щодо стратегії організаційної структури логістики, з урахуванням критеріїв, що спираються на структуру

логістичних функцій і процесів, а також формування логістики як процесу розвитку організації туристичного підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Аникин Б. А. Коммерческая логистика : учебник / Б. А. Аникин, А. П. Тяпухин. - М. : Проспект, 2006. – 437 с.
2. Апопій В. В., Олексин І. І., Шутовський Н. О., Футало Т. В. Організація і технологія надання послуг: Навч. посібн. / І. І. Олексин, Н. О. Шутовський, Т. В. Футало / За ред. В. В. Апопій. - К.: «Академія», 2006. - 312с.
3. Балахонова И.В. Логистика. Интеграция процессов с помощью ERP-системы / И.В. Балахонова, С.А. Волчков, В.А. Капитуров. – Н. Новгород: Приоритет, 2006.
4. Гвозденко А.А. Логистика в туризме: Уч. пос. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 272с.
5. Крикавський Е. Логістичне управління: Підручник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2005. – 684 с.
6. Новиков О.А. Логистика: учебное пособие / О.А. Новиков, С.А. Уваров. – СПб.: Бизнес-пресса, 2000. – 208 с.
7. Окландер М.А. Логістична система підприємства: Монографія. - О.: «Астропринт», 2004. – 312 с.
8. Полднева А.В. Использование аутсорсинга в управлении логистическими системами / А.В. Полднева // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - Т. 2(115). – 2008. - №4. – С. 96-100.
9. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч. посіб. - К.: Знання, 2009. - 444 с.

АННОТАЦІЯ

**РОЛЬ ЛОГИСТИКИ ТУРИЗМА КАК НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

Актуальность. Тема исследования обусловлена необходимостью оценки вопросов логистики туризма в рамках научно-практического исследования. Актуальным заданием является очерчивание вопросов формирования логистической системы, функциональных сфер и механизмов управления логистической деятельностью туристических предприятий, оценка стадий процесса логистического стратегического управления, логистического обслуживания потребителей, разработка теоретико-методологических принципов логистики туризма как научно-практического направления исследования.

Цель. Целью статьи является оценка основных подходов к роли логистики туризма на современном этапе. Выходя из поставленной цели определяются такие задания: оценить логистику туризма как прикладное направление логистической теории и практики; проанализировать логистическую деятельность туристического предприятия; систему логистического управления туристическим предприятием; систему и качество логистического обслуживания потребителей.

Методология. В качестве теоретико-методологической основы исследования выступают положения учений относительно комплексного формирования вопросов логистики туризма, научные труды ученых в сфере данного исследования. В процессе исследования использовано: метод теоретического обобщения, системного анализа и синтеза, структурно-логический метод, прогнозно-аналитический и другие. Информационной базой исследования являются монографии и научные публикации зарубежных и отечественных ученых; информация сети Интернет; результаты собственных исследований.

Результаты. На основе системного исследования акцентируется внимание на роли логистики туризма как научно-практического направления исследования. Проанализирован вопрос формирования логистической системы; механизмов управления логистической деятельностью туристических предприятий; функциональных сфер управления логистической деятельностью туристических предприятий; стратегического логистического управления; логистического обслуживания потребителей и характеристики их качества.

Научная новизна. Заключается в том, что на основе обобщения и систематизации материалов дается оценка процессам логистики туризма как нового и перспективного направления научно-практического исследования туристической сферы деятельности.

Практическая значимость. Заключается в том, что проанализированы функциональные сферы, механизмы управления логистической деятельностью туристических предприятий; процессы логистического стратегического управления в туризме и их улучшения.

Ключевые слова: логистика туризма, логистическая система, логистическая деятельность предприятий, логистические услуги, логистическое управление, стратегическое управление логистикой, логистическое обслуживание потребителей, логистика сервисного отзыва, качество логистического туристического обслуживания

SUMMARY**THE ROLE OF TOURISM LOGISTIC AS SCIENTIFIC AND PRACTICAL DIRECTION OF INVESTIGATION**

Topicality. The topic of the article is preconditioned by the necessity of evaluation of the issues of logistic of tourism within the framework of scientific and practical investigation. To outline the questions of logistic system, functional spheres and mechanisms of logistic activity management of tourist enterprises are the pressing issues, as well as the estimation of the process of logistic strategic management stages, the logistic customer service, the development of the theoretical and methodological background of tourism logistics as scientific and practical direction of investigation.

Aim. The aim of the article is an estimation of modern approaches to the role of the tourism logistics at present stage. Based on this aim the following objectives have been raised: to evaluate the tourism logistics as an applied theory and practice logistic direction; to analyse the tourist enterprise logistic activity, the system of logistic management of tourist enterprise; the system and quality of logistic customer service.

Methodology. The theoretical and methodological backgrounds for investigation are the concepts of doctrines concerning the formation of the tourism logistic issues, scientific investigations in the field of this sphere of research. The following general scientific methods of cognition have been used during the process of investigation: method of theoretical generalization, the systemic analysis and synthesis, structural and logical method, predictive – analytics, etc. The informational bases of investigation are monographs and scientific publications of foreign and national scientists; information from the Web; results of own investigations.

Results. On the basis of complex investigation the attention is emphasized on the role of the tourism logistics as scientific and practical direction of investigation. The issue concerning the formation of the tourism logistic system; the mechanisms of logistic activity management of tourist enterprises; functional spheres of logistic activity management of tourist enterprises; the strategic logistics management; the logistic customer service and characteristics of their quality have been analysed.

Scientific novelty. It lies in the fact, that on the basis of materials generalization and systematisation the estimation of tourism logistic processes as new and perspective scientific and practical direction of tourist sphere activity investigation has been given.

The practical significance. It lies in that the functional spheres, mechanisms of logistic activity management of tourist enterprises, the processes of strategic logistics management in tourism and their improvement have been analyzed.

Key words: *tourism logistic, logistic system, logistic activity of enterprises, logistic services, logistic management, strategic management of logistics, logistic customer service, logistics service response, quality of logistic tourist service.*