

# СТРАТЕГІЧНИЙ ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ В КОНТЕКСТІ ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ<sup>1</sup>

**І. Г. Смирнов, доктор географічних наук**

2. Визначення туристично-логістичного потенціалу (допустимого туристичного навантаження) для великого міста. Визначення допустимого туристичного навантаження на велике місто є складнішим, ніж для інших туристичних дестинацій. Це зумовлене особливостями великих міст і специфікою розвитку в них туризму. Пропонований підхід з визначення допустимого туристичного навантаження орієнтований насамперед на великі міста, що є центрами пізнавального туризму – Київ, Одеса, Рим, Париж, Санкт-Петербург і ін. Сутність підходу полягає у визначенні взаємозв'язку пропускної спроможності об'єктів культурно-історичного потенціалу великого міста з необхідністю та достатністю розвитку готельного комплексу в ньому, а також інших елементів туристичної інфраструктури. Основу пропонованого підходу становить цільова туристична спрямованість міста насамперед на пізнавальний туризм і методика ЮНВТО з розрахунку пропускного потенціалу історико-архітектурних і виставкових об'єктів [3, 4]. Отже, в розрахунках виділяються такі етапи:

2.1. Диференціація за цілями подорожі на основі моніторингу туристичних потоків. Це надзвичайно важливе для визначення мети та програми перебування туриста в місті. Весь туристичний потік ( $D$ ) приймається за 100 % та визначається частка кожного конкретного виду туризму:

$$D = d_1 + d_2 + d_3 + \dots + d_n,$$

де  $d_1$  – пізнавальний туризм, %;  
 $d_2$  – діловий туризм, %;  
 $d_3$  – паломницький туризм, %;  
 $d_n$  – інші види туризму, %.

2.2. Визначення щоденної пропускної здатності найбільш відомих і відвідуваних туристичних об'єктів, що формують культурно-історичний потенціал великого міста, який і притягує туристів ( $C$ ):

$$C = (c_1 + c_2 + c_3 + \dots) (1 - I_r),$$

де  $c_1$  – пропускна спроможність об'єкта 1;  
 $c_2$  – пропускна спроможність об'єкта 2;  
 $c_3$  – пропускна спроможність об'єкта 3;  
 $I_r$  – коефіцієнт коригування відвідання об'єкта місцевими мешканцями та неорганізованими туристами.

Для визначення щоденної пропускної спроможності (логістичного потенціалу) об'єкта пропонується така методика, розроблена автором на підставі алгоритму, рекомендованого ЮНВТО для архітектурно-історичних та виставкових об'єктів (рис. 3) [3, 4].

2.2.1. Визначається пропускний потенціал об'єкта:

$$P = T/\Pi,$$

де  $P$  – пропускний потенціал об'єкта (чол.);  
 $T$  – площа об'єкта ( $m^2$ );  
 $\Pi$  – рекомендований стандарт щільності відвідувачів ( $m^2$ /туриста).

<sup>1</sup> Продовження статті. Початок див.: Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі № 5 (44), частина 1. – 2010 р. – 184–189 с.

2.2.2. Визначається коефіцієнт ротації:

$$K_p = C/B,$$

де  $K_p$  – коефіцієнт ротації;

$C$  – кількість годин на день, коли об'єкт відкритий для туристів, год;

$B$  – середня тривалість відвідування, год-хв.



Рис. 3. Алгоритм визначення допустимого туристичного навантаження на велике місто (тобто його туристично-логістичного потенціалу) [1, с. 68]

2.2.3. Визначається максимально допустима кількість щоденних відвідувачів (максимальний щоденний потік туристів – логістичний потенціал об'єкта):

$$M_g = П \cdot K_p,$$

де  $M_g$  – максимальна допустима кількість щоденних відвідувачів, чол.;

$П$  – пропускний потенціал об'єкту, чол.;

$K_p$  – коефіцієнт ротації.

Наведемо приклад розрахунок логістичного потенціалу (тобто максимально можливого туристопотоку) для туристичного об'єкта – середньовічної фортеці площею 10000 м<sup>2</sup> ( $T = 10000$  м<sup>2</sup>) і стандартом щільності відвідувачів  $Щ = 5$  м<sup>2</sup>/1 туриста. Отже, спочатку визначимо пропускний потенціал об'єкта:  $П = 10000/5 = 2000$  чол. Далі розраховуємо коефіцієнт ротації:  $K_p = 8$  год/1 год 40 хв = 4,8. Нарешті, отримуємо значення логістичного потенціалу фортеці, тобто максимально можливий туристопотік становитиме  $M_g = 2000 \cdot 4,8 = 9600$  чол./день.

Тезу можна продовжити на прикладі національного заповідника «Софія Київська», де знаходиться унікальна архітектурна пам'ятка XI ст. – Софіївський собор. Зрозуміло, що тут спостерігається щоденний (крім вихідного – четвер) інтенсивний потік відвідувачів. Як же його можна оцінити з погляду логістики туризму?

Будівля Софіївського собору має два поверхи, але для відвідувачів відкритий перший поверх. Його площа, визначена як добуток довжини та ширини приміщення собору, становить  $37 \cdot 55 = 2035$  м<sup>2</sup>. На думку екскурсіводів – працівників музею, оптимальною кількістю екскурсійних груп, що одночасно можуть знаходитися в соборі, є три. Враховуючи, що кількість відвідувачів в одній групі становить 50–60 осіб, це дає цифру одночасного оптимального туристопотоку в соборі – 150–180 осіб. Таким чином, можна визначити показник стандарту щільності відвідувачів для собору (або норматив допустимої щільності туристів):  $Щ = 11,3$  м<sup>2</sup>/турист.

Софіївський собор відкритий для відвідування щоденно (крім четверга) з 1000 до 1800 (вісім годин), а тривалість екскурсії (разом з перервою) складає біля 1 год (45 хв – екскурсія + 10 хв – перерва). Отже, коефіцієнт ротації становитиме:  $K_p = 8/1 = 8$ .

За формулою визначення максимального щоденного потоку відвідувачів (логістичного потенціалу) для історико-архітектурного об'єкта розрахуємо цей показник для Софії Київської:  $M_g = 180 \cdot 8 = 1440$  осіб.

Зазначимо, що нині за інформацією працівників музею, у соборі одночасно можуть перебувати 5–6 екскурсійних груп, отже, рекреаційне навантаження та показник щільності відвідувачів зростає вдвічі проти оптимальних норм. Зрозуміло, що таке значне перевищення величини туристопотоку в соборі порівняльно з оптимальними показниками не впливає позитивно ні на якість проведення екскурсій (якість турпродукту), ні на стан самого Софіївського собору, де, як відомо, знаходяться унікальні фрески та мозаїка, виконані в XI ст.

3. Визначення розміру існуючого номерного фонду засобів розміщення великого міста, що задовольняють певні стандарти якості та потреби різних сегментів туристичного потоку ( $H$ ):

$$H = h_1 + h_2 + h_3 + I_n,$$

де  $h_1$  – кількість місць у готелях вищої категорії;

$h_2$  – кількість місць у готелях середньої категорії;

$h_3$  – кількість місць у готелях нижньої категорії;

$I_n$  – кількість місць на туристичних поромах, що прибувають у місто (для приморських міст-портів).

4. Визначення кількості розміщень із розрахунку «1 гість – 1 ліжко-місце» для туристів, що прибули безпосередньо або опосередковано з метою пізнавального туризму ( $K$ ). При цьому слід врахувати, що існує певний відсоток гостей, які суміщають головну мету свого перебування у великому місті з пізнавальним туризмом (наприклад, організація культурної програми під час ділових перемовин – діловий

туризм). Номерний фонд засобів розміщення міста слід скоригувати на кількість місць на туристичних поромах (або круїзних суднах), що прибувають до великого міста, оскільки основною метою круїзних туристів є власне пізнавальний туризм:

$$T = (H - I_n)d_p; K = [(H - I_n) - T]I_o + T + I_n,$$

де  $T$  – кількість місць у засобах розміщення великого міста, що відповідає кількості туристів, мета приїзду яких – пізнавальний туризм;

$d_p$  – частка пізнавального туризму в туристичному потоці;

$I_o$  – коефіцієнт туристів, що відвідують об'єкти туристичного показу, але чия мета візиту не відповідає пізнавальному туризму.

5. Визначення допустимої норми збільшення номерного фонду засобів розміщення в місті (ліжко-місць) для туристів, що прибувають з пізнавальною метою, враховуючи допустиму пропускну здатність об'єктів культурно-історичного потенціалу великого міста ( $P$ ):

$$P = C - K.$$

Важливим критерієм пропонованого підходу є відомі об'єкти туристичного показу, отже, чим більш розвинутим є культурно-історичний потенціал великого міста і чим вищий ступінь його диференційованості, тим ширшими є межі максимальної пропускну здатності. При цьому культурно-історичний потенціал слід розуміти як результати діяльності людського суспільства в матеріальній формі, оскільки і результати духовного розвитку, тобто матеріальні та духовні цінності, створені попередніми поколіннями, що відбивають їхні традиції, звичаї та особливості побутової та господарчої діяльності. Як правило, чим старішим (в історичному плані) є велике місто, тим більш багатою є його культура, тим вищим є його культурно-історичний потенціал – усе це впливає на розвиток туризму, зокрема пізнавального.

Для розвитку туризму та збільшення пропускну здатності туристичної дестинації повинна проводитися спільна робота на рівнях:

• адміністрації туристичної дестинації (просування та позиціонування об'єктів туристичної атрактивності на туристичному ринку);

- об'єктів туристичної атрактивності;
- туристичних фірм (розробка нових екскурсійних програм з включенням до них об'єктів, що є новими й атрактивними для туристів, тобто диверсифікація діяльності).

Тісна та взаємопов'язана робота на всіх трьох рівнях дозволить розширити межі використання культурно-історичного потенціалу міста, а його розвиненість і диференційованість надасть суттєву допомогу в розвитку пізнавального туризму, як свідомства туристичної освоєності культурно-історичного потенціалу туристичної дестинації (табл.).

Таблиця

**Структурно-оціночна таблиця логістичного потенціалу туристичних ресурсів дестинації\***

Категорія туристичних ресурсів	Вид ресурсу	Критерії оцінки	Лімітуючі чинники	Загальний лімітуючий чинник
Культурно-історичні	Об'єкти туристично-екскурсійного показу	Світовий рівень	Норма пропускної спроможності об'єкта	Допустиме туристичне навантаження на дестинацію та її об'єкти
		Національний рівень		
		Місцевий рівень		
Інфраструктурні	Засоби розміщення	Класність (зірковість)	Кількість місць номерного фонду	
		Орієнтованість підприємства на певні споживчі сегменти		
		Інші критерії		
	Підприємства харчування	Тип підприємства	Кількість посадкових місць або страв, що надаються	
		Класність підприємства		
		Кухонна спрямованість		
		Інші критерії		
	Транспортна інфраструктура	Види транспортної доступності	Пропускна спроможність транспортної системи	
		Інтенсивність руху		
		Інші критерії		
	Торгівля	Види продукції	Насиченість ринку товарами	
		Інші критерії		
Банківська система (банки)	Види послуг	Кредитні можливості банку		
	Інші критерії			
Інша обслуговуюча туристична інфраструктура	Різноманітна сукупність критеріїв	Критерії можливості обслуговування		
Природно-рекреаційні	Кліматичний чинник	Температурний режим	Режим впливу	
		Режим опадів		
		Атмосферна циркуляція		
		Вітровий режим		
		Інші критерії		
	Водний ресурс	Вид ресурсу	Допустиме антропогенно-туристичне навантаження: технологічне та психологічне	
		Оцінка берегу		
		Характеристика дна		
		Санітарно-логістичні характеристики		
		Застосування в розвитку туризму		
	Садово-парковий ресурс	Види ресурсу	Екологічно обґрунтована пропускна спроможність	
		Тематика ресурсу		
Інші критерії				

**Примітка.** \* Авторська розробка на підставі [1, с. 47].

У туристичній дестинації потрібна робота спеціальної служби (відділу) маркетингу, завдання якої – вивчення стану справ у дестинації з погляду перспектив розвитку туризму. Маркетингова служба також має доповнювати статистичні дані проведенням власних маркетингових досліджень у сфері туризму дестинації з метою оцінки можливостей і прихованих резервів розвитку останньої, виявлення потреб та можливостей туристів, аналізу перспектив розвитку окремих видів туризму, визначення нових об'єктів, що зацікавлять туристів, тощо. Така інформація допоможе точно встановити рівень допустимого туристичного навантаження на туристичну дестинацію та її об'єкти з боку туристів, а це дозволить:

- забезпечити раціональне та стале функціонування дестинації, а також запобігання негативним, проблемним ситуаціям для життєдіяльності місцевого соціуму (наприклад, загострення транспортних проблем у місті тощо);
- запропонувати якісний туристичний продукт, що забезпечить максимальний ступінь комфорту під час перебування туристів у дестинації та вільний доступ до об'єктів туристичної привабливості;
- знизити негативні наслідки культури в дестинації, наприклад, її надмірну комерціалізацію, та поліпшити міжособистісні взаємовідносини місцевого населення та туристів.

Автор пропонує методикау логістичного оцінювання (аудиту) рівня сталості туристичної індустрії в регіоні та наступного визначення трьох відмінних стратегій (моделей) розвитку туризму (моделі розвитку туризму, моделі розвитку МТБ і кризової моделі) [2, с. 76], яку (методикау) з успіхом можна застосувати і в міжнародному туризмі. Серцевиною алгоритму здійснення логістичного аудиту є складання логістичної моделі сталого розвитку туризму в країні або регіоні (рис. 4), для чого попередньо необхідно здійснити логістичну оцінку природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів та визначити логістичний потенціал ресурсної бази туризму в країні або регіоні (ЛП РБТ), логістичний потенціал наявної матеріально-технічної бази туризму

в країні або регіоні (ЛП МТБ) і логістичний потенціал вхідного туристопотоку в країні або регіон (ЛП ТП). Застосувавши принципову логістичну модель сталого розвитку туризму (див. рис. 1), отримуємо три варіанти логістичної моделі стану туризму в регіоні: модель розвитку туризму, модель розвитку МТБ та кризову модель. Модель розвитку туризму відповідає ситуації  $ЛП РБТ > ЛП МТБ \approx ЛП ТП$ , за якої можливості ресурсної бази туризму щодо прийому туристів значно перевищують потужності матеріально-технічної бази туризму та відповідний туристопотік (ЛП МТБ та ЛП ТП у більшості випадків є близькими величинами). За цієї моделі рекомендується стратегія (заходи) з розвитку туризму в регіоні за рахунок розбудови МТБ і маркетингово-рекламної діяльності з залучення нових туристів. Натомість протилежна кризова модель виникає тоді, коли  $ЛП РБТ \leq ЛП МТБ \approx ЛП ТП$ , тобто можливості ресурсної бази туризму щодо прийому туристів уже виснажені надмірним туристопотоком, який стимулюється збільшеними потужностями матеріально-технічної бази. За кризової моделі рекомендується стратегія (заходи) з обмеження розвитку туризму в регіоні за рахунок стримування будівництва нових об'єктів МТБ та зменшення вхідного потоку туристів у регіон. Також важливі складові цієї моделі – еколого-просвітницькі заходи зі збереження та відновлення ресурсної бази туризму в регіоні та постійний контроль (моніторинг) її стану. Останні складники не є зайвими, і в моделі розвитку туризму та в моделі розвитку МТБ (про яку йтиметься далі), які теж обов'язково мають здійснювати ці заходи для збереження та підтримувати сталий розвиток туризму в регіоні на далекоглядну перспективу. Третя модель – модель розвитку матеріально-технічної бази туризму в регіоні, нині спостерігається в багатьох регіонах України, багатих на рекреаційно-ресурси та при наявності фактичного (або можливого за невеликих маркетингових зусиль) потужного туристопотоку. При цьому відстає розвиток матеріально-технічної бази туризму як за її величиною (потужністю), так і за якістю (відповідністю міжнародним і європейським стандартам). Таку ситуацію відображає рів-

няння ЛП РБТ > ЛП МТБ < ЛП ТП. Стратегією (заходами), що рекомендується за цією моделлю, передбачено термінове розширення МТБ

туризму в регіоні, що може принести значний соціально-економічний ефект і бізнесові прибутки за невеликих витрат.

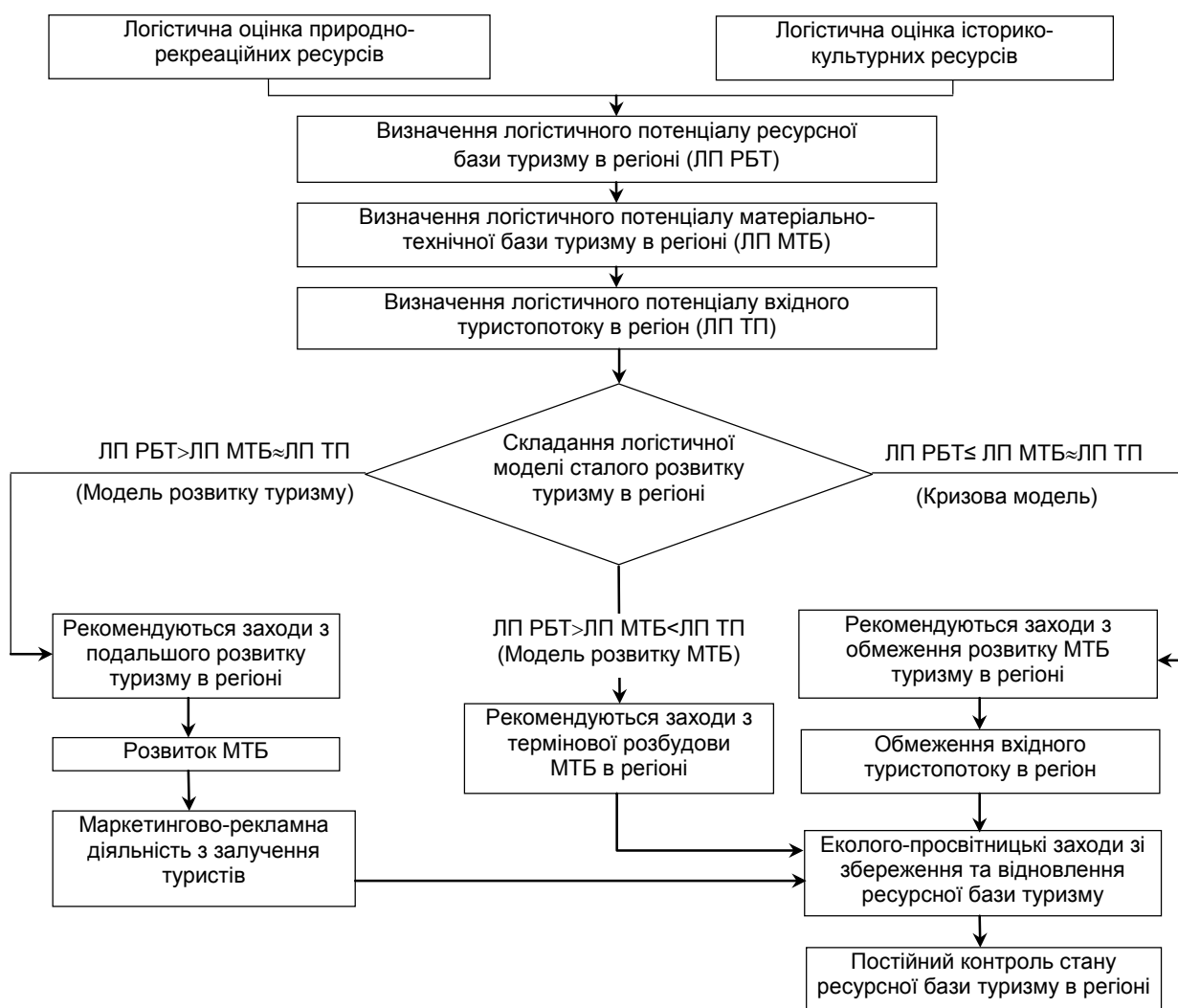


Рис. 4. Алгоритм логістичного аудиту рівня сталості туристичної індустрії в регіоні (авторська розробка, детальніше див. [2, с. 77])

Застосування наведеної методики в міжнародному туризмі стосовно окремих країн і регіонів дозволяє визначити, який варіант логістичної моделі сталого туризму притаманний даній країні та запропонувати відповідну стратегію розвитку туризму з набором конкретних заходів, що в сукупності відображає організаційну схему стратегічного логістичного менеджменту в міжнародному туризмі (рис. 5).

Логістичний менеджмент туристичних ресурсів і об'єктів туристичної дестинації в змозі забезпечити сталий розвиток міжнарод-

ного туризму та високу якість пропонованого туристичного продукту, з цією метою у статті пропонується алгоритм і практична методика визначення допустимого туристичного навантаження на природно-рекреаційні та історико-культурні туристичні ресурси країн світу та регіонів. На прикладі відпочинкового морського туризму та пізнавального туризму у великому місті розглянуто проблему та запропоновано методику визначення безпечного туристичного навантаження та регулювання міжнародних туристопотоків у туристичних дестинаціях. Для застосування алгоритму ло-

логістичного аудиту рівня сталості туристичної галузі країни, регіону запропоновано організаційну схему стратегічного логістичного менеджменту в міжнародному туризмі.

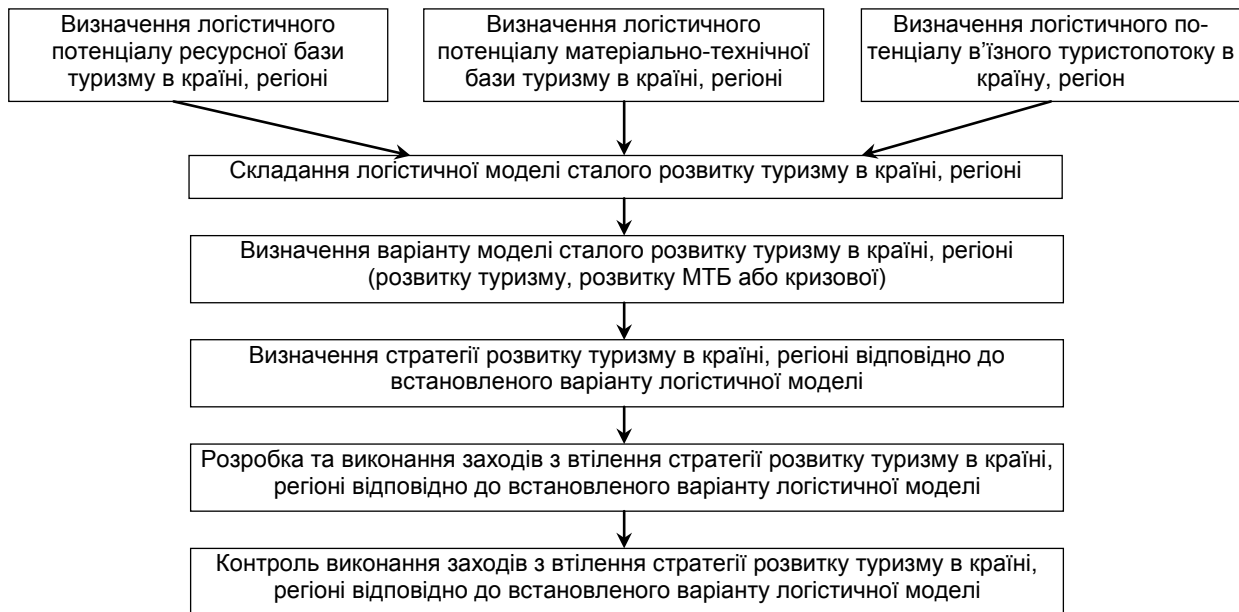


Рис. 5. Організаційна схема стратегічного логістичного менеджменту в міжнародному туризмі (авторська розробка)

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Быстров С. А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика / С. А. Быстров, М. Г. Воронцова. – С.Пб. : Изд. дом Герба, 2007. – 464 с.
2. Смирнов І. Г. Логістика туризму : навч. посіб. / І. Г. Смирнов. – К. : Знання, 2009. – 444с.
3. Смирнов І. Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму) / І. Г. Смирнов // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 4. – С. 106–114.
4. Смирнов І. Г. Логістичний менеджмент рекреаційно-туристичних ресурсів / І. Г. Смирнов // Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Г. Сковороди». – 2010. – Спец. випуск. – С. 270–274.

УДК 657.222:004

## ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

**А. С. Крутова, кандидат економічних наук**

Процеси розвитку фінансових ринків і глобалізації стають усе більш притаманними сучасній світовій економіці. Поширення використання облікової інформації у прийнятті управлінських рішень сприяє підвищенню ролі бухгалтерського обліку й облікових ін-

формаційних систем як постачальників інформаційних ресурсів процесу управління.

Важливою складовою досконалості облікової системи є наявність ефективного контролю за дотриманням принципів і правил формування інформації для відповідних користувачів.