

УДК 338.48(075.8)

ОЛЕКСІЄВЕЦЬ І. П., к.геогр.н.,  
м. Житомир

## УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

***Анотація.** В статті автором ідентифіковано основні принципи і прийоми логістики у сферах дистрибуції та популяризації туристичних послуг. Визначено та проаналізовано головні переваги логістичного управління туристичним підприємством, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств.*

***Ключові слова:** логістичний підхід, логістична концепція управління, логістичні системи, інтегрована логістика, синергія.*

***Анотация.** В статье автором идентифицированы основные принципы и приемы логистики в сферах дистрибуции и популяризации туристических услуг. Определены и проанализированы главные преимущества логистического управления туристическим предприятием, которое способствует повышению конкурентоспособности туристических предприятий.*

***Ключевые слова:** логистический подход, логистическая концепция управления, логистические системы, интегрированная логистика, синергия.*

***Abstract.** In the article the author identified basic principles and receptions of logistic in the spheres of distribution and popularization of tourist services. Certainly and main advantages are analysed of logistic management a tourist enterprise that assists the increase of competitiveness of tourist enterprises.*

***Key words:** logistic approach, logistic conception of management, logistic systems, integrated logistic, synergy.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Світовий та національний досвіди господарювання свідчать, що популярною практикою підвищення конкурентоспроможності підприємств є логістична концепція управління. Особливої актуальності вона набуває сьогодні, в період кризи, коли підприємства

повинні організувати свою діяльність так, щоб мінімізувати витрати.

Організація туристичного обслуговування являє собою ускладнений за своєю структурою процес, який забезпечує взаємодію господарюючих суб'єктів туристичної індустрії і є постачальниками туристич-

них послуг в рамках створення інтегрованого туристичного продукту.

Новизна логістичного підходу в управлінні туристичним продуктом полягає в зміні пріоритетів господарської діяльності. Головне значення має не продукт, а процес у формі потоку (матеріального, інформаційного, фінансового тощо). Управління потоковими процесами, їх перетворення й інтеграція є новою формою, що перевершує традиційні, як за рівнем творчого потенціалу, так і за ефективністю кінцевих результатів.

Тому, головною метою логістичної концепції управління є збалансування рівня сервісу і величини логістичних витрат для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Засади логістичної концепції управління висвітлені у працях Банько В., Бондарчук В., Васюк І., Гудзь П., Молдован Л., Кабанець І., Кальченко А., Курдицького С., Луїс Р., Рудюк Л., Таньков К., Тяпухін А., Фролової Л. Разом з тим, проблеми застосування логістичної концепції управління підприємством з використанням зарубіжного досвіду для її адаптації у вітчизняних реаліях потребують подальшого дослідження.

**Мета статті.** Метою даного наукового дослідження є визначення економічної сутності логістичного управління в туризмі та обґрунтування його основних принципів в умовах сучасної української економіки.

**Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Логістичний підхід до управління підприємством націлений на забезпечення раціоналізації поточкових процесів у рамках керованої системи з позиції єдиного матеріалопровідного ланцюга, інтеграція окремих частин якого здійснюється на технічному, технологічному, економічному, методологічному рівнях, а мінімізація витрат часу і ресурсів досягається шляхом оптимізації наскрізного управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками. Таким чином, логістичне управління полягає в цілеспрямованому впливі на логістичні потоки з метою синхронізації їхньої взаємодії і досягнення ефекту синергізму.

Центром ефективного управління туризмом на всіх його ієрархічних рівнях виступає інноваційний підхід, що ґрунтується на логістиці.

Сутність і переваги логістичної концепції управління найкраще проявляються при формуванні логістичних систем, логістичних ланцюгів та інших логістичних структур, створюваних з метою оптимізації економічних потоків. Ця концепція передбачає перехід від традиційного управління потоковими процесами до нового, більш ефективного, і визначає ступінь проникнення логістики шляхом логістизації базових потоків в туристичній компанії, що припускає раціоналізацію та оптимізацію управління людськими, фінансовими та інформаційними потоками на корпо-

ративному рівні. Результатом трансформації управлінського процесу в логістичне забезпечення має стати підвищення рівня керованості, мобільності ресурсного потенціалу туристичної компанії, оптимізація та раціоналізація всіх економічних потоків.

В цілому, найкращих результатів можуть досягти ті компанії, які будуть використовувати концепцію інтегрованої логістики, що дозволяє об'єднати зусилля менеджменту компаній, їх структурних підрозділів та логістичних партнерів для наскрізного управління основними і супутніми потоками в інтегрованій структурі бізнесу: проектування тур-послуги-розподіл-продаж.

Принципи та методи даного підходу повинні бути спрямовані на отримання оптимального рішення, зокрема, мінімізацію загальних логістичних витрат компаній. Скорочення всіх видів витрат, пов'язаних з управлінням туристичним потоком, управлінням турами, зменшенням логістичних ризиків дозволить компаніям вивільнити фінансові ресурси на додаткові інвестиції в інформаційно-автоматизовані системи, рекламу, маркетингові дослідження тощо. Оптимальні логістичні рішення можуть бути отримані не тільки за критерієм мінімуму загальних витрат, але і за такими ключовими показниками як час виконання замовлення та якість логістичного сервісу.

Таким чином, система управління в туристичній фірмі на основі логістичного підходу – це система, що базується на інтегрованому підході, яка дозволить створити реальну можливість об'єднання функціональних областей логістики шляхом координації дій, виконуваних незалежними ланками логістичної системи, поділяючими спільну відповідальність у рамках цільової функції управління резервами ефективності туристичних компаній.

Логістика туристичного підприємства має характерні особливості, які проявляються у структурі процесів і логістичних рішеннях.

Специфіку логістичної системи туристичного підприємства визначають такі ознаки його продукту:

- різноманітність задоволення потреб, тобто пропозиція туристичного підприємства є результатом не лише надання послуг (у цей час набуває нематеріальної форми), а й виробничого процесу (і тоді має місце вимір матеріальних благ);
- одночасність виробництва і споживання туристичних послуг, а отже, клієнт "втягнений" у процес виробництва;
- значна віддаленість місця споживання від місця постійного проживання клієнта, що, у зв'язку з необхідністю його присутності в процесі створення послуги, спричиняє потребу транспортування споживачів до місць надання послуг [2].

Серед принципів управління логістичною системою туристичного підприємства вирізняють [3]:

- системний, що передбачає вплив кожного елемента на інший та на логістичну систему підприємства в цілому;

- ринковий – потреба пристосування логістики туристичного підприємства до вимог ринку, що робить обов'язковим логістичні дослідження потоків клієнтів;
- фаховий – тісний зв'язок процесів розроблення турів, їх реалізації та надання відповідних туристичних послуг;
- інтеграційний – передбачає об'єднання різних видів діяльності у туристичному бізнесі. Наприклад, якщо немає зв'язку між перевезенням туристів, бронюванням місць у літаках та продажем турів, то прийняті рішення не будуть оптимальними.

Наведена вище інформація дає змогу узагальнити та сформулювати висновки, які стосуються логістики туристичних підприємств:

1. З огляду на те, що діяльність у туризмі в багатьох випадках поєднує три основні складові господарської активності, а саме: послуги, виробництво і продаж, то туристичні підприємства, прагнучи здобути ринкову перевагу, використовують принципи і прийоми логістики у сферах дистрибуції та популяризації.

2. Домінуюча діяльність з надання послуг у туризмі та безпосередній контакт виробника і споживача робить логістику обслуговування клієнта найважливішим елементом логістичної системи туристичних підприємств.

3. Негнучкий характер пропозиції туристичних послуг спричиняє те, що логістика туристичних підприємств не стосується надходження готових виробів з місця їх виробництва до місця споживання. Натомість, особливістю є управління туристичним рухом, тобто рухом осіб, які прямують і повертаються до місць виникнення пропозиції.

4. Відсутність матеріального виміру туристичних послуг є наслідком того, що логістика дистрибуції в основному представлена переміщенням інформації у часі й просторі, а логістичні електронні канали відіграватимуть все більшу роль в ефективному функціонуванні туристичного підприємства.

5. Вимірною ознакою послуг є час їх надання. З цієї причини серед логістичних рішень у межах туристичного підприємства вагомого значення набуває проблематика черг під час обслуговування клієнтів.

6. Специфічні ознаки туристичних послуг знаходять своє відображення також у сфері логістики постачання. Поруч з традиційними рішеннями, які характерні для логістики матеріальних продуктів, таких як придбання і зберігання сировини і матеріалів для виробництва (приклад гастрономії), існують також інші типові форми. Це може бути, наприклад, забезпечення готовності готельного закладу надавати послуги, особливо ті, що стосуються нагромадження "запасів" відповідних людських умінь та ефективно діючого оснащення, яке використовується в процесі обслуговування клієнта [2].

Отже, поняття логістики у сфері туристичних послуг можна визначити як стратегічне і оперативне

управління функціями постачання, збереження і транспортування на туристичних підприємствах, метою яких є надання клієнтам послуг очікуваної якості, у відповідний час і місце, за мінімальних витрат реалізації цих функцій. Логістичне управління туристичними послугами полягає у плануванні, виконанні й контролі якості з урахуванням потреб, можливостей і способів їх надання на шляху від виробника до кінцевого споживача. Необхідність переміщення туристів до місць надання їм послуг підкреслює значущість логістики, яка дає змогу краще задовольняти потреби туристів та забезпечує ефективнішу діяльність туристичних підприємств [2].

**Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі.** В умовах формування туристичного ринку все більшої актуальності набувають питання вдосконалення управління процесами обслуговування споживачів на туристичних підприємствах. Коливання попиту на туристичні послуги вимагає від туристичних підприємств постійного здійснення аналізу кон'юнктури ринку туристичних послуг для того, щоб змінювати їх асортиментну структуру в обсягах, достатніх для задоволення споживачів.

Вирішення цих питань потребує підвищення ефективності управління логістичною діяльністю підприємств у туристичній сфері, розробки конкретних програм щодо зниження витрат за всіма напрямками діяльності туристичного підприємства, створення логістичних підрозділів. З метою досягнення конкурентоспроможності туристичне підприємство повинне так організувати свою діяльність, щоб мінімізувати ризики, збитки та витрати, які пов'язані з процесами формування асортименту туристичних послуг, розробкою туристичних маршрутів та їх продажем, максимізувати прибутки від їх реалізації.

Це можливо здійснити за рахунок удосконалення управління логістичною діяльністю. Раціональне планування продажів путівок, укладання договорів з надання комплексу туристичних послуг, контроль збутової діяльності дозволять значно підвищити ефективність управління логістичною діяльністю туристичних підприємств. При цьому, у сфері туризму дуже важливо побудувати логістичну діяльність таким чином, щоб перелік всіх процесів логістичної діяльності здійснювався в єдиному комплексі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бауэррокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь: пер. с англ. / Д. Дж. Бауэррокс, Д. Дж. Клосс. – М.: ЗАО "Олимп-бизнес", 2004. – 640 с.
2. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 343 с.
3. Смирнов І. Г. Логістика туризму / І. Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
4. Антоненко І. Я. Логістична стратегія як управлінська інновація в індустрії туризму / І. Я. Антоненко, Г. І. Михайличенко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011. – №714: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 281–291.