

Література

1. Вітлінський В. В. Аналіз, оцінка і моделювання ризику. — К.: ДЕМІУРГ, 1996. — 212 с.
2. Вітлінський В. В., Наконечний С. І. Ризик у менеджменті. — К.: ТОВ «Борисфен-М», 1996. — 336 с.
3. Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Харічков С.К. Аналіз підприємницьких ризиків: проблеми визначення, класифікації та кількісної оцінки: Монографія / За наук. ред. В.М. Гранатурова. — Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2003. — 164 с.
4. Чубакова І.А. DataMining: учебное пособие. БИНом. — М.: Лаборатория знаний, 2008. — 382 с.
5. Лук'янова В. В. Комп'ютерний аналіз даних: Посібник. — К.: Видавничий центр «Академія», 2003. — 344 с.
6. Олексюк О. С. Системи підтримки прийняття фінансових рішень на мікрорівні. — К.: «Наукова думка», 1998. — 507 с.
7. Клебанова Т. С., Раевнева Е. В. Теория экономического риска. — Учебное пособие. — Харьков: Изд. ХГЭУ, 2001. — 132 с.
8. Ілляшенко С. М. Економічний ризик: Навч. посібник. — 2-е вид., доп. Перероб. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 220 с.
9. Вітлінський В. В., Верченко П. І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2000. — 292 с.
10. Івченко І. Ю. Економічні ризики: Навч. посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 304 с.
11. Христіановский В. В., Поліщук Ю. Н., Щербина В. П. Экономический риск и методы его измерения. — Донецк: ДонГУ, 1999. — 250 с.
12. Клименко С. М., Дуброва О. С. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2005. — 252 с.

УДК 656. 338. 12

ІНФОРМАЦІЙНА ТА ЗБУТОВА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ

*Кандидат економічних наук Волинець Л.М.,
Черній С.В.*

В статті висвітлено сутність системи інформаційної та збутової логістики туристичного підприємства-посередника обґрунтовується необхідність оптимізації інформаційних потоків та налагодження збуту туристичного продукту за умов використання різних форм інтеграції підприємств на ринку. Доведено, що для досягнення зазначеної мети, доцільним є виділення в організаційній структурі управління підприємством окремого спеціалізованого підрозділу управління збутом туристичного продукту.

In the article essence of the system informative and sale logistic of tourist enterprise-mediator is reflected the necessity of optimization informative streams and adjusting sale of tourist product is grounded at the terms the use of different forms integration enterprises at the market. It is well-proven that for achievement of the noted purpose, expedient is a selection in the organizational structure management of the separate specialized subsection management the sale of tourist product an enterprise.

Актуальність. В умовах ринкових відносин та інтеграції України у світовий економічний простір виникає потреба в розробці стратегічних планів розвитку видів економічної діяльності, які є потенційно прибутковими та конкурентоспроможними на міжнародному ринку товарів і послуг. До таких видів відносяться туристична галузь, яка в сучасних умовах господарювання потребує створення теоретичної бази, розробки перспективних планів та механізмів ефективного управління і просування туристичного продукту по каналах товароруху від виробника до кінцевого споживача — предмету вивчення логістики.

В Україні з початку 1990-х років в умовах трансформації командно-адміністративної економічної системи в ринкову та порушення більшості господарських зв'язків як на макро, так і на мікрорівнях, проблеми логістичного управління матеріальними потоками досліджувалися вченими питання, щодо теоретичних зasad логістики як науки про управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками підприємств виробничої сфери, частково торгівельної галузі; розглянуто питання планування, контролю та оперативного управління транспортуванням, складуванням й іншими операціями, що здійснюються в процесі доведення сировини та матеріалів до виробничого підприємства, їх внутрішньовиробничої переробки та доведення готової продукції до споживача у відповідності з інтересами і вимогами останнього.

Незважаючи на певну наукову спадщину, недостатньо розроблено питання управління потоками послуг в підприємствах невиробничої сфери, зокрема в галузі туризму, не адаптовано основні концепції логістики до сфери туризму, не визначено об'єкти логістичного управління; відсутні методичні підходи до побудови логістичних систем підприємств даної сфери, формування та реалізації туристичного продукту; поняттійний апарат логістики в туризмі потребує уточнення.

Важливість застосування логістичних підходів до сфери туризму, вивчення особливостей технологічного процесу надання туристичних послуг, визначення основних моделей збути туристичного продукту на ринку, класифікація та структуризація туристичного продукту як основного об'єкту логістики в туризмі, обумовили актуальність доного дослідження.

Основний матеріал дослідження. Погляди сучасних науковців на визначення сутності логістичного управління сконцентровані на оптимізації окремих функцій операційних циклів виробництв у системі «постачальник — споживач» здебільшого у сфері матеріального виробництва, частково в торгівельній сфері, де функції логістики полягають у оптимізації розмірів партій та термінів постачання товарів в торговельні підприємства, оптимізації умов їх складування тощо. Нами досліджено проблеми логістики в туристичній сфері, де продуктом праці є особливий товар — туристичний продукт.

Управлінський аспект логістики в туризмі зводиться до планування, контролю, оперативного управління реалізацією і просуванням продуктового та інформаційного потоків у межах системи, що охоплює операційні цикли постачальників і посередників туристичного продукту. З економічної точки зору логістика трактується як діяльність з метою отримання необхідної кількості продукції з оптимальними витратами у встановлений час та у встановленому місці з відповідним інформаційним забезпеченням даного процесу. В основі економічної стратегії підприємства логістика використовується як знаряддя в конкурентній боротьбі та розглядається як управлінська логіка для реалізації рішень щодо раціонального розміщення фінансових, матеріальних, людських та інформаційних ресурсів, контролю за ними.

Логістика в туризмі — це управління продуктовими потоками туристичних підприємств, що включає раціональну організацію формування, збути та організації споживання туристичного продукту і супроводження цих процесів проходженням інформаційних потоків. Враховуючи специфіку повного циклу виробництва туристичного продукту від інформаційного забезпечення до збути, процеси просування в каналах товароруху та організацію споживання продукту, логістика в туризмі виконує ряд функцій, які диференціюються згідно з фазами логістичного ланцюга на такі види: інформаційна логістика на вхідному потоці; виробнича логістика, що включає безпосереднє формування та створення туристичного продукту; збутова логістика, яка охоплює розподіл, просування та визначення каналів реалізації готової продукції, та інформаційна логістика на вихідному потоці.

Першочергового значення для підприємств-посередників при здійсненні процесів логістичного управління набуває інформація, яка є для них провідним логістичним та виробничим фактором після первинної та вторинної обробки. Інформація, що пронизує всі ланки управління, об'єднує їх у певну цілісність та є ключовою активністю логістичної системи. Під логістичною системою туристичного підприємства розуміється адаптивна система зі зворотнім зв'язком, мета функціонування якої полягає у формуванні та реалізації продукту підприємства в необхідній кількості і асортименті, в максимально можливому ступені готовності до використання чи споживання, в необхідному споживачеві місці при оптимальному рівні логістичних витрат.

Сутність інформаційної логістики в туризмі полягає в організації потоків даних, що супроводжують продуктовий потік, та є суттєвою ланкою, яка пов'язує постачання, виробництво та збут. Інформаційна логістика оперує комплексом економічної інформації в горизонтальному та вертикальному напрямках, у внутрішніх та зовнішніх координаціях та потребує відповідної інфраструктури. Під інформаційною інфраструктурою логістичної системи в туризмі розуміють сукупність взаємопов'язаних засобів та методів, що забезпечують підготовку інформації, а саме: збір даних та їх первинна обробка, контроль достовірності, зберігання та передача інформації, її оновлення, корегування та презентація.

Збутова логістика в туризмі — це невід'ємна частина загальної логістичної системи, що забезпечує найбільш ефективну організацію розподілу продукції, готової до споживання. Функції збутової логістики полягають у розподілі та просуванні туристичного продукту по каналах товароруху, постачанні продукту, орієнтованого на потреби споживачів (згідно з термінами обслуговування, якістю, кількістю та ціною), оптимізації витрат пов'язаних з функціонуванням логістичної системи та комерційну збутову діяльність, застосуванні оптимальних інформаційних збутових систем.

З метою формування системи інформаційної та збутової логістики туристичного підприємства нами визначено поняття та склад туристичного продукту, як сукупність туристичних послуг (основних, додатко-

вих та спеціалізованих), природних і антропогенних умов та ресурсів (натурульних та створених) і туристичних товарів (специфічних та неспецифічних), що задовільняють потреби споживачів до подорожі, під час та після подорожі, при умові, що ці споживачі є туристами.

Отже, впровадження логістичних концепцій у сферу туризму може мати місце за умов вирішення наступних взаємопов'язаних проблем: розробки та формування логістичних систем для підприємств різних типів з урахуванням специфіки галузі та продукту реалізації, розробки та запровадження різних систем, форм та каналів збути туристичного продукту, розробки відповідної інформаційної інфраструктури.

На основі аналізу стану ринку туристичних послуг України за 2008 — 2010 pp., умов і принципів господарювання підприємств на ньому виявлено наступні тенденції за досліджуваний період:

- обсяг реалізації послуг зменшився на всіх видах ринку в середньому на 17,6%, в структурі туристичного продукту відбулися зміни на користь збільшення частки основних послуг;
- вибірковий аналіз діяльності провідних туристичних підприємств показав, що частина з них є збитковими, а рентабельність більшості (83%) залишається стабільно невисокою і коливається від 2,6% до 4,2%;
- зменшилася кількість туристичних підприємств на 15%;
- у структурі туристичного потоку України домінуюче місце займає закордонний туризм, частка якого склала 49%, що призвело до формування від'ємного балансу України на ринку міжнародного туризму.

Дані тенденції свідчать про скорочення обсягу попиту на туристичні послуги, втрати гуманітарної і відновлювальної (рекреаційної) функції туризму, його соціального спрямування; згортання збутової мережі підприємств-посередників та посилення монопольного положення окремих з них на туристичному ринку; збільшення витрат пов'язаних з просуванням туристичного продукту до кінцевого споживача (туриста), що призвело до збільшення собівартості послуг в системі «постачальник — споживач». Все це суттєво вплинуло на існуючу функціональну структуру логістики підприємств туристичної галузі та спричинило розрив системи, що об'єднує дані підприємства в єдиний ланцюг товароруху продуктових та інформаційних потоків.

Результати дослідження дозволили визначити зовнішні та внутрішні фактори впливу на інформаційну та збутову логістику туристичного підприємства. До зовнішніх факторів відносяться: економічні, демографічні, політичні, географічні, соціально-культурні, фактори індивідуальної туристичної активності, державного регулювання. До внутрішніх факторів відносяться: форма організації подорожі, схема та складність логістичної системи, тип туру та споживачів (туристів), організаційна структура підприємства, ціни та умови обслуговування, рівень та якість обслуговування, види інформаційних потоків та джерела їх забезпечення, кваліфікація персоналу, структура збути туристичного продукту підприємств.

Результати дослідження системи кількісних та якісних характеристик інформаційного забезпечення процесу управління продуктовим потоком у логістичній системі туристичного підприємства обумовлюють необхідність упорядкування і оптимізації інформаційних потоків, їх тісного взаємозв'язку в логістичній системі підприємства — посередника. Для досягнення зазначененої мети доцільним є впровадження комплексної автоматизованої системи обробки інформації в межах логістичної системи, визначення основних моделей управління інформацією та збутом та розробка методології визначення якості функціонування логістичної системи.

До загальних напрямів моделювання інформаційної та збутової логістики туристичного підприємства необхідно віднести наступні: систематизація управлінських рішень у межах логістичної системи туристичного підприємства та упорядкування їх документального забезпечення; удосконалення технологій формування та комплектації туристичного продукту підприємства; удосконалення управління збором інформації у межах логістичної системи туристичного підприємства; моделювання логістичних систем збути продукції туристичних підприємств; формування бази даних туристів з урахуванням фактору їх пластоспроможного попиту при комплектації туристичного продукту підприємства; проектування програмного забезпечення управління інформацією в межах логістичної системи туристичного підприємства.

Для формування основної моделі логістичного управління процесом збути туристичного продукту нами запропоновано певний порядок дій: формування мети, цілей та функцій збутової логістики, формування логістичних принципів збути та їх матеріалізація в конкретному русі продуктових потоків від виробників до споживачів товарів та послуг; формування цілей та логістичних функцій при наданні послуг та організації їх споживання, керуючись принципом послідовності дій в системі «виробництво — збут»; визначення логістичних концепцій процесу формування та реалізації послуг (формування та управління ви-

робничою програмою туристичного підприємства, оперативне календарне планування, організація та контроль продуктового потоку, планування дистрибуційних структур, визначення каналів, форм та систем збути продукту, тощо); виявлення цільових протиріч між функціональними підструктурами логістики та формування критеріїв оптимізації компромісних проектних рішень; реалізація принципів оптимізації та корекція проектних логістичних рішень загальнопідприємницького та функціонального характеру.

Висновки. Політичні та економічні зміни, що відбуваються в Україні упродовж останнього десятиріччя, зумовили необхідність застосування на підприємствах нових методів управління, адекватних вимогам ринкової економіки. В останні роки, коли світовий ринок товарів та послуг став у вищому ступені конкурентним та характеризується як ринок покупця, особлива увага приділяється вимогам споживача щодо якості та ціни продукту, зниження собівартості якого, а, відтак, і ціни реалізації, можливе за умов управління матеріальними, інформаційними, фінансовими та іншими видами потоків по каналах товароруху від постачальників до кінцевих споживачів.

Запровадження в практику функціонування туристичних підприємств логістичних концепцій управління продуктами та інформаційними потоками, призведе до оптимізації витрат підприємства, найповнішого узгодження платоспроможного попиту та обсягу пропозицій на ринку туристичних послуг, запобігання «перевиробництву» і, як результат, формуванню певної кількості та якості послуг, прийнятних для споживання ринком.

Література

1. Михайліченко Г.І. Поняття логістики та її особливості в туризмі // Регіональні перспективи. — 2000. — № 4 (11). — С. 55-58.
2. Ткаченко Т.И. Выставочная индустрия как форма продвижения туристического продукта на рынке международного и внутреннего туризма // Proc. International Conf. on Integration of practice, education and research in tourism: experience and analysis. — Riga (Latvija), 2000. — P. 212-219.

УДК 336.225.673

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ ГАРМОНІЗАЦІЇ ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВ ТА ПОДАТКОВИХ ОРГАНІВ

Гаєвська О.М.

В даній статті висвітлено роль економічної кризи у роботі автотранспортних підприємств України та можливі шляхи покращення їх економічної безпеки.

This article highlights the role of the economic crisis in the transport enterprises of Ukraine and ways to improve their economic security.

Постановка проблеми. Забезпечити підвищення ефективності господарської діяльності підприємств і на цій основі сталого розвитку економіки України — важливе завдання, що стоїть перед економічною наукою. Вирішити його дуже складно. Адже, як свідчить статистика, переважна більшість підприємств України порушують податкове законодавство. Велика частка цих порушень пов'язана з недосконалістю законодавства та постійним внесенням змін до нього. Дійсно, для більшості українських підприємців, особливо малих та середніх, які починають свою діяльність, передбачено занадто багато податків. Але, досвід країн з розвиненою ринковою економікою, в яких податковий тиск не менше свідчить, що і за таких умов економіка успішно функціонує, а малий та середній бізнес процвітає. Українські ж підприємці віддають перевагу діяльності в «тіні». Перспектива спілкування з представниками державних контролюючих органів лякає багатьох підприємців набагато більше можливого покарання за ухилення від сплати податків. Саме тому існує необхідність знайти шляхи гармонізації взаємовідносин підприємств та податкових органів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми взаємовідносин підприємств і податкових органів знаходили своє відображення у працях багатьох науковців і практиків: М.Дем'яненко, О.Василик, В.Завгородніго, В.Стойна В.Онищенка, І.Вакуліча, А.Бондаренка тощо. Проте, проблема гармонізації взаємо-