

## ЄІ А²НОЕЕА ООДЕÇІ О: НА²ОІ А² АЕЕЕЕЕЕ ² ÇААААІ І В І АОЕЕ

*Розглянуто тенденції розвитку логістики у сфері туристичної діяльності. Обґрунтовано світові виклики розвитку логістики туризму. Проаналізовано наукові результати та окреслено наукові завдання подальших досліджень логістики туризму.*

*Progress of logistic trends are considered in the field of tourist activity. World calls of development of logistic of tourism are grounded. Scientific results and outlined scientific tasks of subsequent researches of logistic of tourism are analyzed.*

Однією з основних тенденцій розвитку постіндустріальної економіки є зростання ролі сфери послуг у формуванні та розподілі світового валового продукту, зумовлене насамперед зміною ціннісних споживчих пріоритетів у задоволенні вторинних потреб освітнього, духовного, емоційного та культурного характеру. Значна частка нових ціннісних переваг базується на потребах, які задовольняє сфера гостинності. Зокрема, частка реалізованих продуктів туризму у світовому обсязі торгівлі послугами на даний час становить понад 30%, поглинає 11% світових споживчих витрат, і за даними Всесвітньої туристичної організації, навіть з урахуванням світової фінансової кризи, зростатиме не менш як на 5% щороку [7].

Управління бізнес-процесами в означеній сфері ускладнюється специфікою об'єктно-суб'єктного визначення споживача і потокового характеру організації та надання послуг. Рівень сервісного обслуговування та критерії якості продукту сфери гостинності значною мірою визначаються управлінням логістичними параметрами учасників туристичного ринку та їхнім логістичним оточенням. З огляду на зростання значення логістичних чинників у створенні та реалізації туристичних продуктів доцільно розглянути концептуальні підходи до використання логістики в управлінні суб'єктами сфери гостинності, склад та взаємозв'язок макро-, мета- та мікроелементів логістики туризму з метою виявлення інституційних зв'язків та вироблення напрямків формування нових управлінських інструментів досягнення конкурентних переваг.

Розвиток наукових основ логістики дав змогу науковим школам застосовувати її концептуальні підходи в усіх сферах економіки, в тому числі туризмі. Серед відомих українських науковців, які проводять дослідження у цій сфері, варто виокремити Г. І. Михайличенко, Є. В. Крикавського, В. І. Куценко, О. М. Ложачевську, І. Г. Смирнова, Н. І. Чухрай.

Аналіз результатів таких досліджень показує різноманітність трактувань логістики туризму. Так, І. Г. Смирнов визначає логістику туризму як новітній науково-практичний напрямок, який досліджує логістичні особливості галузі, зокрема прикладає логістичні засади до її геопросторової організації та управління [6]. Згідно із твердженням Г. І. Михайличенко логістика в туризмі – це управління продуктовими потоками туристичних підприємств, що охоплює раціональну організацію формування, збуту та організації споживання туристичного продукту і супроводження цих процесів проходженням інформаційних потоків. Це визначення передбачає виокремлення таких функцій: інформаційна логістика на вхідному потоці; виробнича логістика, що включає безпосереднє формування та створення туристичного продукту; збутова логістика, яка охоплює розподіл, просування і визначення каналів реалізації готової продукції та інформаційна логістика на вихідному потоці [3]. Представники львівської логістичної школи розглядають логістику туризму як сучасний напрямок логістики, який передбачає оптимізацію туристичних (людських), матеріальних та інформаційних потоків, пов'язаних із наданням туристичних послуг. Російський експерт з туризму В. Л. Голубева визначає туристичну логістику як науку про планування, контроль та управління операціями, які здійснюються в процесі формування туру, доведення туристичного продукту до споживача, а також у процесі передачі, зберігання й обробки інформації [1].

Аналіз підходів до визначення дефініції "логістика туризму" показує різноманітні трактування цієї категорії, які здебільшого фокусують увагу на управління операціями зі створення туристичного продукту, тобто стосуються управління туристичною компанією. Важливим внеском у розвиток логістики

туристичних підприємств є результати досліджень А. І. Михайличенко, яка визначає межі та функціональні особливості логістичної системи таких підприємств, виявляє сутність та функції інформаційної та збутової логістики туризму на макрорівні, формує пропозиції щодо оптимізації моделей означених логістичних сфер. Такий підхід до дослідження логістики туризму, сконцентрований на управлінні операціями, пов'язаними з безпосереднім контактом зі споживачем, є, безперечно, важливим елементом удосконалення управління туристичною організацією, проте він не враховує процесів та операцій, які формують стратегічне оточення суб'єкта туристичного ринку і мають не менш важливе значення у формуванні його конкурентоспроможності. На недостатню увагу до логістичних процесів у туристичній сфері мезо- та макрорівнів вказує й І. Г. Смирнов, зазначаючи, що дослідження логістики туризму охоплюють, крім логістичних проблем туристичної фірми, і питання логістики туристичного комплексу регіонів країни, туристичної галузі країни, туристичної індустрії країн або регіонів світу та світового туризму, тому актуальним завданням залишається логістична оптимізація функціонування систем всіх регіональних рівнів. Розвиваючи наукові дослідження, поряд із проблематикою комплексного використання логістики у сфері туризму [5], згаданий науковець зосереджує увагу на формуванні та збалансованому використанні логістичного потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів, що, безперечно, є важливою передумовою формування стратегічних планів розвитку туризму в регіонах України та загалом в'їзного туризму на всіх організаційних рівнях [4].

Актуальним питанням стратегії виходу українських туристичних підприємств на зовнішні ринки присвячено дослідження О. М. Ложачевської, в якому вона розглядає передумови формування такої стратегії у площині посилення процесів глобалізації, мікроекономічних та національних інституційних умов функціонування туристичного ринку України [2].

Означені дослідження є прикладами наукових та методологічних зрушень у сфері вироблення науково-методологічної логістичної основи управління туристичним бізнесом. Для розвитку таких досліджень варто детальніше розглянути структуру логістики туризму за організаційними рівнями, що дасть змогу виявити макро-, мета- та мікрочинники формування конкурентоспроможного туристичного продукту, а також виявити природу їхнього взаємозв'язку та взаємовпливу.

Оскільки об'єктом туристичної діяльності є специфічний потік акумулятивних вражень споживача, які нагромаджуються в процесі отримання ним комплексу туристичних послуг, сам споживач, окрім суб'єкта цієї діяльності, є одночасно її об'єктом. Це обумовлено тим, що зі споживачем здійснюють ланцюг туристичних операцій, які часто мають логістичний характер, тобто утворюють специфічний логістичний ланцюг.

Загалом, у сфері послуг трапляються випадки операцій із фізичними, розумовими, емоційними сторонами споживача для задоволення його потреб (медицина, освіта, транспорт, сфера побуту тощо), проте вони, як правило, не мають яскраво вираженого, як у сфері туризму, ланцюгового характеру, і використання принципів логістики стосується здебільшого логістичного сервісу, завданням якого є забезпечення логістичних вимог до засобів надання послуг. У випадку туристичного логістичного ланцюга споживач бере безпосередню участь у всіх операціях прямої дії та споживає результати операцій непрямої дії. В цьому випадку операції прямої дії ми розуміємо як організацію транспортування, екскурсій, проживання, харчування, дозвілля тощо, а операції непрямої дії – як організацію і підтримання ринкової, туристичної, рекреаційної, транспортної, митної та інших інфраструктур, які сприяють формуванню туристичного логістичного ланцюга. З огляду на таку складність формування туристичного продукту початковим об'єктом дослідження логістики туризму вважаємо сферу його логістичного забезпечення в частині управління туристичними операціями прямої дії.

Бізнес-процеси логістичного ланцюга, як правило, належать кільком незалежним суб'єктам господарювання, і перед управлінням таким ланцюгом постає проблема конфліктів інтересів цих суб'єктів, пов'язаних із часткою доданої цінності та розподілом винагороди за створений туристичний продукт, і рядом субпідрядних проблем налагодження партнерських стосунків. З огляду на це наступним етапом дослідження є формування методології налагодження та управління стратегічним партнерством між спеціалізованими учасниками сфери гостинності, тобто стратегічного логістичного забезпечення туристичного логістичного ланцюга.

У цьому випадку й надалі термін "сфера гостинності" в наших дослідженнях означає сукупність суб'єктів господарської, громадської, муніципальної, державної, національної і міжнародної діяльності та суспільно-економічних відносин у сфері туризму й супутніх сферах, які до нього прямо не належать,

проте справляють значний вплив на задоволення потреб у формуванні вражень споживача (громадське харчування, готельна сфера, торгівля, транспорт, зв'язок, страхування, освіта, медицина, релігія, політика, культура, шоу-бізнес тощо).

Наступний етап досліджень має охоплювати інфраструктурне забезпечення сфери гостинності в Україні та напрями його інтеграції до європейського і міжнародного простору. Сукупність проблем, які загострено під час підготовки до прийому чемпіонату з футболу "Євро-2012", черговий раз актуалізує необхідність кардинальних інституційних змін у туристичній, транспортній, готельній та розважальній інфраструктурі на національному та муніципальному рівнях. Результати такого дослідження мають містити не лише напрацювання у сфері державного та муніципального управління, а й передбачати механізм взаємного впливу й підтримки держави, муніципальних утворень та суб'єктів туристичного ринку і ринків супутніх послуг.

Важливим елементом логістики туризму, про який уже йшлося в цьому дослідженні, є формування туристично-рекреаційного потенціалу та вироблення підходів до управління використанням туристично-рекреаційних ресурсів. Ця сфера, на відміну від попередніх, практично не залежить від суб'єктів туристичного ринку, проте має суттєвий вплив на нього. Стан історичних та природних об'єктів, які приваблюють туристів, повністю залежить від витрат місцевих та державного бюджету. Метою економічних досліджень у цій сфері, на нашу думку, є вироблення механізму перетворення означених витрат у інвестиційні ресурси з допомогою виявлення економічного та суспільного ефекту від їхнього освоєння. До цього етапу досліджень варто зарахувати також формування морально-етичних переконань суспільства як частини туристично-рекреаційного потенціалу країни.

Глобалізація економічних та соціокультурних просторів спонукає до виокремлення ще одного етапу досліджень логістики туризму – дослідження її міжнародного аспекту. У цій сфері доцільно звернути увагу на міжнародні туристичні логістичні ланцюги, що формуються туристичними операторами та агентами різних країн і континентів, та інфраструктурне забезпечення їхньої діяльності. Особливої уваги заслуговують тенденції регіональної та національної сегментації споживачів та реагування на них міжнародного туристичного ринку. Також варто зосередити увагу на зовнішньоекономічній політиці України щодо міжнародної інтеграції національного туристичного ринку.

Завершальним етапом досліджень логістики туризму, на нашу думку, має стати її різнорівнева модель, яка враховуватиме специфіку формування туристичного продукту й міститиме методологічний апарат управління взаємозв'язками між учасниками туристичних ланцюгів і суб'єктами їхньої інфраструктурної та інституційної підтримки на мікро-, мета-, макро- та глобальному рівнях.

### **Література**

1. Голубева В. Л. Логистика процессов сервисного обслуживания клиентов туристских организаций [Електронний ресурс] / В. Л. Голубева. – Режим доступу : <http://www.turbooks.ru/stati/tekhnika-tekhnologija-v-turizme/377-logistika-processov-servisnogo.html>
2. Ложачевська О. М. Аспекти розробки стратегії виходу українських туристичних підприємств на зовнішні ринки [Електронний ресурс] / О. М. Ложачевська. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009-3/Lojachevska\\_309.htm](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009-3/Lojachevska_309.htm)
3. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 – "Підприємництво, менеджмент та маркетинг" / Г. І. Михайліченко. – К., 2001. – 20 с.
4. Смирнов І. Г. Застосування логістики до забезпечення сталого розвитку туризму в регіоні / І. Г. Смирнов // *Культура народів Причорномор'я*. – 2006. – № 88. – С. 18–22.
5. Смирнов І. Г. Логістика: просторово-територіальний вимір : моногр. / І. Г. Смирнов. – К. : Обрії, 2004. – 335 с.
6. Смирнов І. Г. Логістика туризму: комплексний підхід [Електронний ресурс] / І. Г. Смирнов. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/22\\_NIOBG\\_2007/Economics/25102.doc.htm](http://www.rusnauka.com/22_NIOBG_2007/Economics/25102.doc.htm)
7. Цибульський В. О. Аналіз сучасних проблем розвитку туристичної індустрії [Електронний ресурс] / В. Цибульський. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-1/Cibulskiy\\_108.htm](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-1/Cibulskiy_108.htm)