

Левкин Г.Г. Использование логистики в сфере обращения туристического продукта / Г.Г. Левкин // Вопросы межкультурной коммуникации в лингвистике, международном менеджменте и туризме: мат. VI междунар. науч.-практ. конф. 19 апреля 2013 г. Омск, Изд-во "Ин.яз.-Омск", 2013. С. 196-200.

Г. Г. Левкин

ФГБОУ ВПО Омский государственный университет путей сообщения

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГИСТИКИ В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Современная экономика большинства стран отличается развитием услуг, включающей в себя различные сферы деятельности [1]. В настоящее время существует множество видов услуг и одним из направлений деятельности в сфере оказания услуг населению является рекреационный сектор, который выполняет важнейшую общественную функцию по оздоровлению и отдыху населения.

Индустрия отдыха выступает производной практически всех видов сервисной деятельности и объединяет предприятия, предоставляющие санаторные и туристические услуги, а также предприятия инфраструктуры (транспорт, страховые компании и др.).

По аналогии со сферой товарного обращения можно выделить сферу обращения туристической услуги, включающую в себя производителей услуг и коммерческих посредников по доведению услуги до потребителей. При этом следует отличать категории «туристическая услуга» и «туристический продукт» [2].

Производители услуг (санатории, дома отдыха) являются начальным этапом обращения туристических услуг. Затем туроператоры (оптовые посредники) формируют туристический продукт и перепродают его туристическим агентствам, которые по месту в цепи продвижения туристического продукта являются розничными предприятиями по его продаже конечным потребителям (физическим лицам). Следовательно, туроператоры в основном работают с юридическими лицами.

В то же время туроператоры формируют комплексный туристический продукт, который включает в себя: основные услуги (гостиничные, санаторные и ресторанные услуги); дополнительные услуги, включающие в себя лечебно-профилактические, спортивно-оздоровительные и культурно-развлекательные; сопутствующие услуги (бытовые услуги, торговля, связь, банковское обслуживание, городской, междугородний и международный транспорт). Покупка потребителем туристического продукта по своему содержанию является только правом на получение услуг от основных производителей, поэтому в туризме информационная составляющая занимает значительную долю.

Организация информационного обеспечения процесса доставки клиентов к местам отдыха и своевременное предоставление информации всем участникам сферы обращения туристских услуг позволяет достичь высокого качества обслуживания. Информационное обслуживание занимает

Левкин Г.Г. Использование логистики в сфере обращения туристического продукта / Г.Г. Левкин // Вопросы межкультурной коммуникации в лингвистике, международном менеджменте и туризме: мат. VI междунар. науч.-практ. конф. 19 апреля 2013 г. Омск, Изд-во "Ин.яз.-Омск", 2013. С. 196-200.

значительную долю в работе туристических агентств, которые оказывают услуги предоставления информации конечным потребителям о составе оказываемых производителям услуг. Кроме того, информационные услуги клиентам могут быть оказаны с помощью электронной коммерции и предоставления информации о турах на специализированных сайтах, а также возможность бронирования мест в гостиницах с помощью интернет.

Таким образом, в организации отдыха и обслуживания клиентов в сфере обращения туристических услуг используются коммерческая деятельность и логистика. Коммерческая деятельность преобладает на последнем этапе продажи услуги, а логистика при формировании продукта туроператорами и при оказании услуги. Следовательно, концепция логистики может быть использована как производителями услуги, так и туроператорами. Турагентства используют технологии логистики ограниченно.

Использование методов логистики в деятельности туристических предприятий позволяет добиться существенного снижения затрат без ущерба свойствам оказываемых услуг, а также более эффективного использования финансовых ресурсов. Логистические системы в сфере туризма следует рассматривать на макро- и микроуровне.

Объектом логистики в туриндустрии являются материальные, человеческие, и сопутствующие им информационные, финансовые и сервисные потоки, связанные с формированием туристского продукта и оказанием услуг клиентам. Предметом исследования в логистике туризма является проектирование новых макро- и микрологистических систем туриндустрии или совершенствование действующих систем.

Одной из категорий в логистике туризма являются территориально-рекреационные системы (ТРС). ТРС – это географическая система, включающая в себя природные и социокультурные комплексы, инженерные сооружения, обслуживающие организации и персонал, а также рекреантов (отдыхающих), то есть потребителей рекреационных услуг. [4]

Управление транспортными, человеческими и информационными потоками на макроуровне состоит в организации перемещения клиентов (рекреантов) от мест их проживания к местам отдыха, от вокзала в санатории или перемещение клиентов внутри ТРС при организации экскурсий, а также создание конкурентоспособных систем в туриндустрии за счет совершенствования информационного обмена между участниками логистического процесса.

В современной географии туризма и туристической деятельности необходимо использование системного подхода, когда в единую информационную систему связываются производители услуг, туроператоры, турагенты и клиенты. Кроме того, важна системная взаимосвязь с транспортными организациями для своевременной доставки клиентов к местам отдыха.

Левкин Г.Г. Использование логистики в сфере обращения туристического продукта / Г.Г. Левкин // Вопросы межкультурной коммуникации в лингвистике, международном менеджменте и туризме: мат. VI междунар. науч.-практ. конф. 19 апреля 2013 г. Омск, Изд-во "Ин.яз.-Омск", 2013. С. 196-200.

В соответствии со структурой географических территориально-рекреационных систем различают следующие этапы формирования туристического продукта: сбор туроператором информации о производителях услуг и формирование готового туристического продукта, передача информации о туристическом продукте турагентам; предложение туристического продукта конечным потребителям агентствами и оформление соответствующих документов, оплата продукта; перемещение клиента к месту отдыха, размещение его в гостинице или доме отдыха; получение услуг клиентом в соответствии с указанными условиями в предложении, организация экскурсионных туров в территориально-рекреационных системах; возвращение клиента в место проживания; реакция клиентов на потребленные услуги (обратная связь).

Первый и второй этапы связаны с информационным обменом между производителями, туроператорами и клиентами, поэтому на этих этапах нужно обратить внимание на своевременность поступления информации и ее доступность. Информационные потоки на первом этапе близки к детерминированным по своему характеру, так как между производителями услуг, туроператорами и турагентствами устанавливаются долгосрочные хозяйственные связи. Информационные потоки на втором этапе – между клиентом и турагентствами характеризуются дискретностью, нерегулярностью и неравномерностью. Поэтому при организации потоков между агентствами и клиентами целесообразно привлечение клиентов с помощью интернет технологий.

Третий, четвертый и пятый этапы кроме оказания услуги включают в себя физические процессы, связанные с перемещением людей в пространстве, поэтому на этих этапах необходимо использовать технологии логистики.

Перемещение клиентов к местам отдыха и перемещение в местах отдыха характеризуется относительной стабильностью, за исключением форс-мажорных обстоятельств (к примеру, сбой работы транспортных систем). На этом этапе преобладают материальные потоки и сервисные потоки.

В целом изучение материальных и сопутствующих потоков в логистических системах в туристической индустрии позволяет осуществлять оптимизацию существующих систем и повышение качества обслуживания клиентов на всех этапах оказания услуги.

Управление потоками, как в рекреационном секторе региона, так и на уровне отдельных предприятий в сфере туризма представляет собой сложный процесс. В результате внедрения логистического подхода при проектировании и совершенствовании логистических систем в индустрии туризма повышается надежность и безопасность функционирования систем перемещения человеческих потоков.

Особенностью управления потоковыми процессами в сфере туризма является то, что люди одновременно являются и объектами управления, и объектами обслуживания как на макроуровне (при организации перемещения

Левкин Г.Г. Использование логистики в сфере обращения туристического продукта / Г.Г. Левкин // Вопросы межкультурной коммуникации в лингвистике, международном менеджменте и туризме: мат. VI междунар. науч.-практ. конф. 19 апреля 2013 г. Омск, Изд-во "Ин.яз.-Омск", 2013. С. 196-200.

человеческих потоков к местам отдыха), так и на микроуровне (координация работы разных предприятий в местах отдыха по отношению к отдыхающим). Поэтому при внедрении концепции логистики в деятельность туристических предприятий возникает задача предоставления им комплекса услуг по приемлемой цене.

Использование технологий логистики в туристической индустрии позволяет: создавать единую систему учета и контроля над формированием и движением туристического продукта; сокращать временные интервалы формирования, продвижения и реализации туристского продукта; сокращать время и повышать качество обслуживания в процессе предоставления туристической услуги [3].

При формировании логистической системы в сфере обращения туристических продуктов следует выделять управляющую и управляемую подсистемы. Управляющая подсистема (субъекты логистики) – это туроператоры, которые формируют туристический продукт и координируют работу предшествующих и последующих по отношению к ним участников процесса оказания услуг.

В управляемую подсистему частично входят турагентства, транспортные системы и клиенты сферы туристической индустрии. Задачей логистического менеджмента в сфере туризма является эффективная организация деятельности субъектов логистики и повышение надежности функционирования логистических систем на макро- и микроуровне.

С другой стороны управляемая подсистема и составляющие ее входящие человеческие потоки обладают стохастичностью или неопределенностью показателей, поэтому в задачи управляющей подсистемы входит снижение неопределенности входящих в эту систему потоков, путем оказания высокого уровня сервисного обслуживания клиентов на всех уровнях управления. Кроме того, для снижения неопределенности осуществляется комплексный анализ управляемых подсистем.

Таким образом, важнейшей составляющей туристической услуги в процессе оказания услуг в местах отдыха является размещение клиентов в гостиницах, их питание, оказание экскурсионных услуг. Итоговое впечатление у туристов зависит от многих факторов, частью которых является точность и своевременность выполнения отдельных логистических операций в процессе снабжения домов отдыха, санаториев или при организации экскурсий. Использование логистики на макроуровне предполагает повышение точности и своевременности доставки грузов и людей к месту назначения разными видами транспорта с помощью логистической концепции «точно-в-срок».

Список использованных источников

1. Скоробогатько, Т. Рекреационный сектор как объект логистического управления / Т. Скоробогатько // РИСК. №3. 2009. С. 195-199.

Левкин Г.Г. Использование логистики в сфере обращения туристического продукта / Г.Г. Левкин // Вопросы межкультурной коммуникации в лингвистике, международном менеджменте и туризме: мат. VI междунар. науч.-практ. конф. 19 апреля 2013 г. Омск, Изд-во "Ин.яз.-Омск", 2013. С. 196-200.

2. Скоробогатько, Т. Формирование комплексного рекреационного продукта в условиях логистизации / Т. Скоробогатько // РИСК. №2. 2009. С. 60-64.

2. Одинцова, Т.Н. Управление логистической системой турфирм / Т.Н. Одинцова // Материалы Всероссийской науч.-практ. конф. «Современные тенденции развития теории и практики управления отечественными предприятиями». Ставрополь, 2008.

3. Нерובה В.А. Логистический подход к управлению предприятиями в сфере туризма / В.А. Нерובה // Вестник Череповецкого государственного университета. 2008. № 4. С. 52.

4. Сидоров, В.П. География туризма и логистика / В.П. Сидоров // Вестник Удмуртского университета. 1 (45). 2008.