

**Н.Є. Циганюк**Луцький національний технічний університет, [natallly@mail.ru](mailto:natallly@mail.ru)

Сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч в його організаційній структурі, в спрямованості розвитку, в стані якісних і кількісних характеристик. З одного боку, сучасний стан туризму в Україні розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше об'ємів надання туристичних послуг, скороченням матеріальної бази туристської галузі і значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах. З іншого боку, спостерігаються високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значно зростає кількість туристичних організацій по всій території України.

Туристична сфера, як і будь-яка регіональна система, містить в собі матеріальні потоки, потоки послуг, сервісні потоки, фінансові та інформаційні потоки. За умови їх належної організації, туристична сфера може стати ефективним соціальним інститутом, який може продуктивно розв'язувати невідкладні соціальні та моральні проблеми сучасного світового співтовариства, прискорювати вироблення ним моделей, програм і стратегій глобальної співпраці у напрямку подолання бідності та досягнення якісно нового рівня суспільного розвитку.

Державне регулювання туристичної сфери має за мету таку організацію туристичної діяльності, яка б сприяла [1]:

1. Зростанню національного прибутку за рахунок туризму і розвитку національної індустрії туризму.
2. Розширенню сфери туристичної діяльності задля урізноманітнення тур продукту, в тому числі шляхом залучення нових ресурсів і територій при одночасній спрямованості на стійкий розвиток національного туризму.
3. Задоволенню потреб населення в послугах туризму в необхідній кількості, обсязі та якості.

Одним із методів досягнення поставлених цілей є застосування логістики у туристичній сфері. Адже, логістика – це наука про сукупність різних видів діяльності, спрямованої на отримання необхідної кількості продукції у встановлений час в заздалегідь встановленому місці, в якому склалась необхідність в цій продукції [2]. Застосування логістики дозволить оптимізувати інформаційні, сервісні, фінансові та пасажирські потоки. Логістика є достатньо вивченою та описаною науковцями у матеріальній сфері, але що стосується галузі нематеріального виробництва, до яких відноситься туристична сфера, такі дослідження майже не проводились.

Спробу адаптувати логістику до сфери туризму зробив проф. Квартальов В.А. він зазначає, що логістика – наука про планування, контроль та управління операціями, які здійснюються в процесі формування туру, доведення готової продукції до споживача, у відповідності з його інтересами та вимогами, а також зберігання, обробка та передача відповідної інформації.

Виходячи з даного визначення, можемо зазначити, що застосування логістичного підходу передбачає взаємоінтеграцію всіх зусиль для досягнення бажаного результату з мінімальними витратами часу та ресурсів шляхом оптимального наскрізного управління матеріальними (сервісними) та інформаційними потоками.

В сучасних умовах загострення конкуренції виникає потреба у більш точній ув'язці логістики із стратегічними цілями фірми, а також активізації ролі логістики в підвищенні «гнучкості» фірм, їх можливості швидко реагувати на ринкову кон'юнктуру. У зв'язку з цим головною задачею логістики стала розробка детально зваженої та обґрунтованої пропозиції, яка сприяє досягненню найбільш ефективної роботи туристичного підприємства, підвищенню його ринкової частки та одержання переваг перед конкурентами.

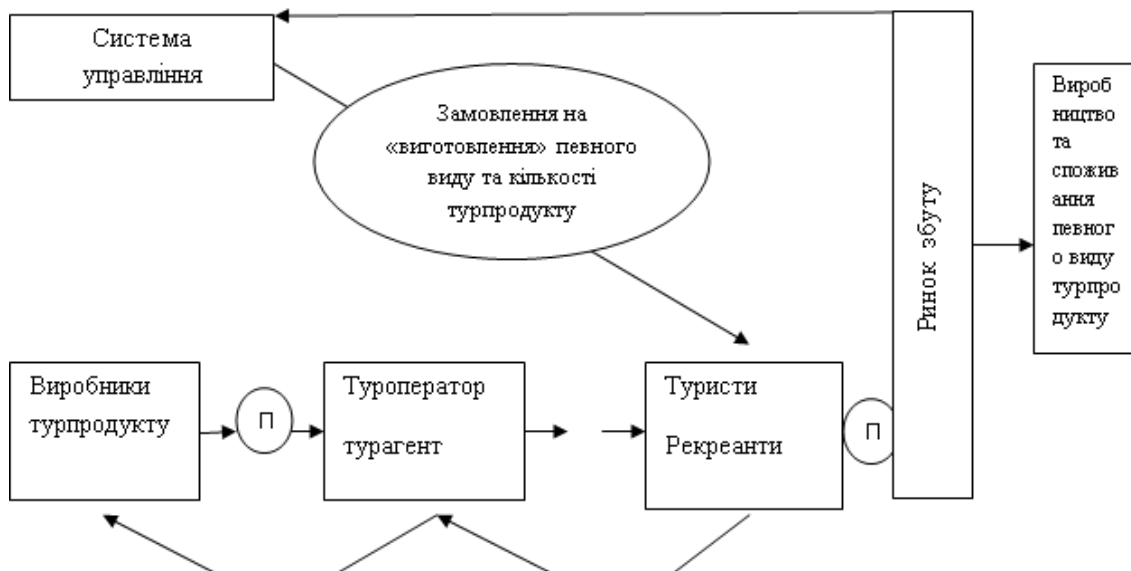
Логістика в туризмі має ряд особливостей, відмінних від логістики матеріальної сфери. Так, в туризмі процес виробництва збігається з процесом споживання у часі. Послуги не можуть накопичуватись на складах для наступного продажу.

Проблема застосування логістики в туристичній сфері полягає в тому, що відсутні концептуальні засади діяльності туризму на основі логістичних засад. Аналіз літературних джерел свідчить про те, що існують наступні логістичні концепції: «точно своєчасно» («just in time»), «планування потреб та ресурсів», «виснажене виробництво» («lean production»), «реагування на попит». Згідно з загальною теорією логістичних систем у виробничій логістиці управління матеріальними потоками здійснюється різними способами, з яких виділяються основні: «підштовхуюча», «тяглова», ДРП та ОПТ, що принципово відрізняються одна від одної.

Логістичні системи, в яких використовується концепція «just in time», є «тягловими» системами. У таких системах замовлення на готову продукцію «витягуються» по каналам розподілу від постачальників. «Тяглові» системи доводять продукцію до каналів дистрибуції та використовуються тоді, коли ймовірним є нестабільний попит і коли його важко спрогнозувати, тому жорсткий графік постачання є відсутнім.

Спроектувавши загальну теорію до сфери нематеріального виробництва, ми пропонуємо «підштовхуючу» логістичну систему на прикладі туристичного підприємства (рис.1.1.). Такий варіант організації логістичних процесів на виробництві ґрунтується на принципово іншому способі управління матеріальним потоком, і являє собою систему організації виробництва, в якій деталі та напівфабрикати подаються на наступну технологічну операцію з попередньої в міру необхідності.

Виробнича програма окремої технологічної ланки даної системи визначається розміром замовлення наступної ланки. Тяглова система застосовується в основному при роботі з індивідуальними замовленнями рекреантів, тобто до підприємства-посередника надходять замовлення, які він передає по виробничому ланцюгу – підприємству-виробнику, а в зворотному напрямку йде готовий продукт.



П – певний вид та кількість турпродукту

**Рисунок 1 – «Тяглова» виробнича логістична система**

Наступна логістична концепція, застосування якої в туристичній сфері є доцільним, на нашу думку, є концепція «Планування потреб/ресурсів». На цій концепції побудовані логістичні

«підштовхуючі» системи. На відміну від систем типу «що тягнуть» системи «ті, що штовхають» - це системи, що пов'язані з організацією виробництва за сформованим жорстким виробничим графіком, доведенням виробленої продукції через канали дистрибуції до споживача, а також з кооперацією між каналами дистрибуції для стимулювання продажу.

Розуміння «підштовхуючої» системи приймається не тільки у виробничій логістиці. Цей термін означає також: а) систему управління запасами; б) стратегію збуту, направлену на випереджаюче (по відношенню до попиту) формування товарних запасів в оптових та роздрібних торгових підприємствах. Матеріальний потік «виштовхується» споживачу за командою, що надходить на передаючі ланки з центральної системи управління виробництвом. Загальним недоліком «підштовхуючих» систем є недостатнє відслідковування попиту.

Схематично зобразимо принципову «підштовхуючу» систему управління матеріальним потоком в рамках внутрішньовиробничої логістичної системи туристичного підприємства (рис. 2).



**Рисунок 2 – «Підштовхуюча» виробничо логістична система**

Розглянемо систему управління матеріальними потоками в туризмі по стадійно.

На першій стадії виробники турпродукту надсилають про продукт підприємствам – посередникам (туроператорам, турагентам). На другій стадії підприємства-посередники за допомогою налагодження каналів та визначення методів збуту реалізують послуги споживачам турпродукту. На третій стадії проходить виробництво і споживання турпродукту.

Всі стадії виробництва сполучаються інформаційними потоками, завдяки чому інформація передається від виробника до споживача послуги.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кирилова, О. Маркетинг в Україні / О. Кирилова // Маркетинг на ринку туристичних послуг., №3. – 2009.
2. Банько, В.Г. Туристська логістика: навчальний посібник. / В.Г. Банько. – К.: Дакор, КНТ, 2008. – 204 с.