DOI: 10.17117/na.2016.04.01.204

Поступила (Received): 29.04.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.04.01.204.pdf>

Щевцова С.П., Решетникова А.П. Процесс внедрения логистических принципов в экономическую структуру турфирмы

Chevtsova S.P., Reshetnikova A.P.
**The process of implementing the principles of logistics
in the economic structure of the travel agency**

Рассмотрены основы организации функционирования логистики в туризме, в первую очередь функциональные области логистики, объекты логистического исследования и управления, организация применения логистики. Потребление туристами услуг в соответствии с форматом тура предполагает формирование и развитие цепей предоставления туристских услуг, которые в целом допустимо рассматривать как линейный многофазовый канал обслуживания. Организация последнего требует сквозной логистической координации действий его участников. Для этого рассмотрено применение логистических подходов

Ключевые слова: логистический подход, логистика в туризме, потоки услуг

The basis for the organization of logistics operation in tourism, first of all functional areas of logistics, facilities management and logistics studies, the organization of logistics applications. Consumption of services by tourists in accordance with the format of the tour involves the formation and development of the chain of tourist services, which are generally regarded as permissible linear multiphase service channel. Organization through the latter requires logistical coordination of the participants. For this we consider the use of logistic approaches

Key words: logistics approach, logistics in tourism, service flows

Шевцова Светлана Павловна

*Кандидат биологических наук, доцент
Дальневосточный федеральный университет
г. Владивосток, о. Русский, пос. Аякс, 10*

Chevtsova Svetlana Pavlovna

*Candidate of Biological Sciences, Associate Professor
Far Eastern federal university
Vladivostok, Russian, Ajax vill., 10*

Решетникова Анастасия Павловна

*Магистрант
Дальневосточный федеральный университет
г. Владивосток, о. Русский, пос. Аякс, 10*

Reshetnikova Anastasia Pavlovna

*Master
Far Eastern federal university
Vladivostok, Russian, Ajax vill., 10*

Актуальность темы данного исследования состоит в том, что в настоящее время существует проблемы на туристском рынке возникающие вследствие отсутствия между турфирмами культуры корпоративных отношений, использование недобросовестных приемов в конкурентной борьбе. Также проблемой является низкий профессионализм персонала в сфере логистики.

Туризм является одним из самых высокодоходных видов бизнеса. Именно поэтому возникает необходимость определить четкую стратегию производства и продвижения турпродукта.

Логистика в туризме – это система, благодаря которой решаются определенные задачи, которые удовлетворяют потребности потребителя в соответствии с интересами и требованиями [1,с.484].

Эффективность применения логистики на предприятии определяется оптимальным соотношением баланса между затратами, повышением прибыли и уровнем качества обслуживания потребителей.

Логистическое управление в турфирме можно выгодно организовывать с помощью маркетинговых исследований, и оно должно осуществлять воздействия и организовывать производственный процесс таким образом, чтобы при минимальных издержках удовлетворить потенциальных потребителей и расширить их круг.

Процесс внедрения логистических принципов управления не противоречит внутренней экономической политике туристической фирмы, а лишь дополняет их, выводя предприятие на более высокий уровень. Логистика, как бы пронизывает всю структуру фирмы, позволяя предприятию получить конкурентное преимущество.

Объектами логистического управления в туризме являются процессы формирования и реализации туристического продукта, а также связанные с ним финансовые и информационные потоки.

Логистические операции в турфирме связанные с материальными потоками относятся к исполнению заказов, выбору оборудования, планированию тура, перемещением сотрудников предприятия в пространстве, организацией их ожиданий в очереди на перевозку, их пересадкой

К информационным операциям относятся создание информационных систем и осуществление действий по передаче, обработке, сбору и хранению информации, сопутствующей материальным потокам, инициирующей эти потоки и управляющей ими.

Далее к финансовым потокам относится проведение стоимостного анализа на всех этапах экономической деятельности, к составлению бюджетов для всей программы и операций с материальными и информационными потоками, а также к контролю расходов и запасов, выраженной в денежной форме[2,с.286].

Функции логистики в туризме:

1. Управление и контроль над процессами продвижения, формирования и реализации туристского продукта;
2. Передача информации в необходимом объеме надлежащего качества в заданное время, нужное место;
3. Контроль над движением туристского продукта и движением туристов;
4. Интеграция обособленно функционирующих информационных систем туристической инфраструктуры в единую логистическую информационную систему;
5. Проведение видео конференций, симпозиумов.

Одна из самых обсуждаемых в нашей стране тем – положение дел в туристской отрасли. Начиная с середины 2014 года о приостановлении своей деятельности, сообщили множество туроператоров. Сложившаяся ситуация является

следствием недостаточности государственного регулирования на рынке туристических услуг. Причины нынешнего положения дел в сфере российского туризма носят экономический характер и главная из них – недобросовестная конкуренция турфирм. И так к проблемам в турфирме можно отнести:

- низкий профессиональный уровень подготовки персонала в сфере логистики;
- низкое качество сервиса;
- экономическая и политическая нестабильность в стране;
- неразвитые системы связей и коммуникаций.

Для того чтобы преодолеть проблемы необходимо использование основополагающих теоретических и практических разработок и рекомендаций логистики.

Использование логистических технологий в турфирме позволяют:

- Сокращать время и повышать качество обслуживания потребителей;
- Сокращать временные интервалы формирования, продвижения, и реализации туристического продукта;
- Создавать единую систему учета и контроля формирования и движения туристического продукта;
- Автоматизировать процессы учета и контроля финансовых и информационных потоков;
- Сокращать объем циркулирующих в системе документов и существенно уменьшать количество ошибок в учетно-отчетной документации.

Специалисты, занимая руководящие должности в турфирме должны понимать проблемы предпринимательства и учитывать то, что принятие решений в одной области может повлиять на систему в целом. Основным требованием разработки эффективного управления логистикой является тесная связь между процессами составления тура, продаж и оказания услуг. Работникам туристских фирм можно сформулировать следующие требования: специалист должен обладать знаниями общих основ логистики, способов и методов логистических исследований, анализа логистической среды, знаниями в вопросах транспортной логистики.

Важным является управление потоками услуг. Под потоками услуг в туризме понимается по перевозке, размещению, питанию туристов, организации экскурсий, предоставление гидов и переводчиков, а также другие услуги, которые предоставляются в зависимости от целей путешествия. Отличие логистического подхода к управлению потоками на основе инновационной логистики от традиционного управления ресурсами заключается в интегрированном подходе к управлению бизнес-процессами. При использовании такого подхода предприятие достигает оптимального уровня адаптивности к внешним изменениям, предлагает необходимое количество турпакетов на конкретном рынке, где они окажутся востребованы в нужное время, добивается синхронизации заказов и транспорта снижение издержек.

Представим логистический процесс по продвижению и формированию туристического продукта, который включает четыре этапа.

1 – Исследование.

2 – Эксперимент.

3 – Разработка технологической документации и обучение кадров для формирования и продвижения турпродукта.

4 – Организация и проведение рекламы (см. рисунок).

На предприятии необходимо провести исследование по разработке новых видов услуг, туров. Уточняется спрос на туристский продукт, далее проводится разработка бизнес плана.

Рис. 1.

Продвижение турпродукта с помощью логистики

Логистические исследования:

1. Какие туристические фирмы работают и где; какие предлагаются услуги; какие сегменты рынка задействованы; какие маршруты, и на какой срок предлагаются; структура, объем и динамика производства и потребления туристического продукта.

2. Движение цен: как складывается уровень цен на аналогичные услуги у конкурирующих фирм, какая среднерыночная цена на те или иные товары.

3. Определение планов по увеличению охвата потребителей, вариантов обслуживания, расширение направлений туров [3,с.978].

Далее проводится экспериментальная оценка разработанного туристического продукта: ознакомление с туристическим продуктом (презентация, реклама); анализ туристического продукта и спроса (полученные доходы, отзывы).

Пример:

Турфирма «М» решила разработать тур по маршруту Минск-Стамбул-Бангкок-Стамбул – Минск, сотрудничая с турецким туроператором. Цель состояла в создании тура, который смог конкурировать по цене с подобными турами. Не проведя полного исследования и понадеявшись на турецкого партнера о том, что он предоставил специальный тариф на доставку туристов из Минска через

Стамбул в Бангкок и обратно, турфирма «М» провела экспериментальное обследование нового тура. Специалисты побывали на всех объектах, которые планировали задействовать в данном туре. В Таиланде партнеры предоставили транспортное обслуживание, гостиницы, рестораны, экскурсии в рамках заранее оговоренных цен. Однако турецкий туроператор не предоставил специальных тарифов. В итоге авиаперелеты увеличились в стоимости на 30-40% дороже.

При создании тура были нарушены логистические этапы его формирования. Фирма «М» понесла материальные потери.

На третьем этапе проводится проработка документации (договоров, маршрутов), повышение квалификации сотрудников; проработка цен и услуг; стимулирование обслуживающего персонала.

Пример:

В последние годы в Украине складывается непростая ситуация и многие туроператоры вынуждены разрабатывать новые маршруты доставки туристов, следующих автобусами в Болгарию, Румынию, Венгрию, Хорватию, Черногорию. Основные маршруты пролегали через Польшу и Словакию. Были решены вопросы получения шенгенских виз, подбора и бронирования мест в гостиницах по маршрутам следования. Отдельные туроператоры не смогли на этапах исследования и разработки технологической документации предусмотреть всевозможные проблемы. Туроператорская фирма «Н» не предусмотрела размещение автобусов на оплачиваемых стоянках на территории Словакии. В результате во время ночлега детской группы в Кошице из автобуса, припаркованного на улице, пропали вещи и сувениры. Непродуманный подход к формированию тура привел к материальным потерям, как у туристов так и для туроператора.

На последнем этапе формируется система управления организацией рекламы нового туристического продукта (службы маркетинга, логистики, менеджмента). При этом соединяются в логистическую цепь следующие составляющие:

- Размещение (гостиницы, кемпинги);
- Питание (рестораны, кафе)
- Экскурсионное обслуживание (экскурсии, походы)
- Досуговое обслуживание (дискотеки, кино)
- Спортивные мероприятия (игры, соревнования)
- Транспортное обслуживание (заказ и продажа билетов)
- Дополнительные услуги.

Конкурентоспособность туристической фирмы достигается за счет логистического подхода к факторам:

1. Природным условиям.
2. Инфраструктуре обслуживания (гостиницы, казино, рестораны).
3. Транспортные услуги.
4. Цены на туры, соответствие цен на туры и услуги, сегментация потребителей.
5. Ресурсы культурного наследия и гостеприимства.

Все перечисленные факторы повышают эффективность деятельности туристической фирмы. Увеличивают доход туристической фирмы.

Одной из самых главных задач туроператора является оперативное реагирование на запросы потребителей, что требует не только проведение маркетинговых мероприятий но и составление целей предоставления туристских услуг, которые будут способны предоставить потребителям необходимый уровень логистического сервиса [4, с.27-29].

Повышение уровня логистического сервиса турфирмы приводит к дополнительному конкурентному преимуществу на рынке. Для того чтобы достичь высокой конкурентоспособности фирмы необходимо выполнить следующие требования:

- Использование современных технологий при предоставлении услуг и управления запасами.

- Повышение уровня квалификации сотрудников в сфере управления цепями поставок и логистики.

- Организация участников цепей предоставления туристских услуг для обеспечения взаимосвязи участников в разработке общей логистической стратегии повышения конкурентоспособности.

- Определение приемлемого уровня логистических издержек.

Использование информационных технологий в туризме помогает повысить возможности для динамического развития деятельности туристской фирмы. Информационные технологии позволяют работать более эффективно, помогают повысить надежность и достоверность предоставляемой клиенту информации, обрабатывает большое количество заявок. Также их использование помогает существенно снизить затраты туристских организаций на ведение переговоров, деловой переписке. Предоставляет доступ к системам бронирования и резервирования. Размещают различные справочные данные, что способствует формированию качественного турпродукта.

Логистическая информационная система – это совокупность средств вычислительной техники, которые контролируют движение туристского, материального и финансового потоков.

На сегодняшний день все турфирмы используют сеть интернет. Некоторые применяют глобальные компьютерные системы бронирования: Galileo, Amadeus, Worldspan и другие. С помощью данных систем можно забронировать места в гостиницах, некоторые предоставляют дополнительные услуги, каких нет у других.

При внедрении логистического управления в процессе формирования, продвижения и реализации туристического продукта необходимо, научиться оценивать параметры качества услуг, организовать управление таким образом чтобы свести к минимуму отклонения фактического уровня качества услуг от ожидаемого. Для этого необходимо использовать известные приемы и методы оценок, анкетные опросы покупателей, экспертные оценки покупателей, обработку статистических данных. Возникает необходимость в профессионально подготовленных кадрах, владеющими методами логистического менеджмента.

На основе анализа туристических услуг сформулированы требования к профессиональным знаниям и умениям: специалист должен владеть знаниями

общих основ логистики, способов и методов логистических исследований, анализа логистической среды, вопросов транспортной логистики.

Список используемых источников:

1. Гаджинский А.М. Логистика. М., 2012. С. 484.
2. Курочкин Д.В. Логистика. Минск: ФУАинформ, 2012. С. 286.
3. Николайчук В.Е. Логистический менеджмент. Москва, 2012. С. 978.
4. Янковенко В.А. Логистика в туризме. Минск, 2014. С. 27-29.

© 2016, Шевцова С.П., Решетникова А.П.
Процесс внедрения логистических принципов в
экономическую структуру турфирмы

© 2016, Chevtsova S.P., Reshetnikova A.P.
*The process of implementing the principles of logistics
in the economic structure of the travel agency*