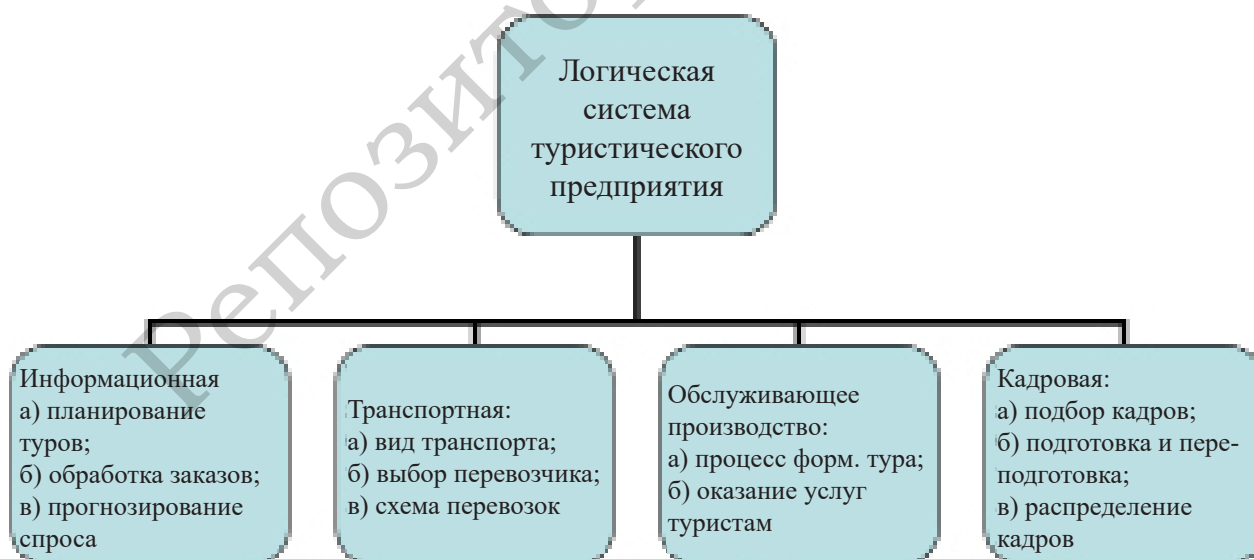


СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Гайдаш Т.Ю., Дыбовская Е.И.

Институт туризма Белорусского государственного университета
физической культуры
(Минск, Республика Беларусь)

В современной конкурентной среде успешное функционирование туристического предприятия обеспечивается использованием таких важных инструментов, как совершенствование систем управления деятельностью организации в целом, реорганизация производственного процесса, применение новых эффективных методов менеджмента, которые могли бы обеспечить оптимизацию средств достижения поставленных целей. Важен также постоянный мониторинг изменений в функциональной среде предприятия на макро и микроуровнях, для определения направления сосредоточения существующих ресурсов и потенциала организации, развития ее деловой активности. Туристические предприятия определяют логистику как эффективный подход к управлению туристическими, материальными, информационными и финансовыми потоками с целью уменьшения затрат на производство и реализацию туристического продукта. Из этого следует, что логистика является системой, содержащей функциональные области, каждая из которых решает определенные проблемы. В состав логистической системы туристического предприятия входят следующие функциональные области [1]:



Таким образом, объектами логистического управления и контроля в туризме становятся процессы формирования, продвижения и реализации туристического продукта, а также связанные с ними финансовые и информационные потоки. Предметом туристической логистики является теория и практическая деятельность планирования, организации, функционального управления и кон-

троля процессов движения совокупности людских, финансовых, трудовых, правовых и информационных потоков в сфере туристической деятельности [2].

Среди принципов управления логистической системой в туризме выделяют:

1) системный, предполагающий воздействие каждого элемента на другой и на логистическую систему компании в целом;

2) рыночный — потребность приспособления логистики туристического предприятия к требованиям рынка, что делает обязательными логистические исследования потоков клиентов, то есть применение маркетинговой логистики в туризме;

3) профессиональный — тесная связь процессов разработки туров, их реализации и предоставления соответствующих туристических услуг;

4) интеграционный, предусматривающий объединение различных видов деятельности в туристическом бизнесе [2].

В соответствии с принципами, к основным практически решаемым логистическим задачам в туризме следует отнести рационализацию:

- формирования, продвижения и реализации туристического продукта;
- способов перевозки туристов и экскурсантов;
- организации оперативного информационного обмена между поставщиками и потребителями туристического продукта;
- планирование, прогнозирование и контроль финансовых потоков [1].

При этом следует особо подчеркнуть, что процесс внедрения логистических принципов управления не влечет за собой никаких нововведений и не противоречит внутренней экономической политике предприятия, а лишь дополняет их, выводя его на более высокий уровень, позволяющий обеспечить улучшение финансовых дел и микроклимата в коллективе [3]. Логистика пронизывает всю структуру туристического предприятия, объединяя логистические звенья в единую логистическую систему, включающую в себя менеджмент и маркетинг.

1. Квартальнов, В. А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления: моногр. / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 496 с.

2. Гвозденко, А. А. Логистика в туризме: учеб. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 271 с.

3. Гаджинский, А. М. Логистика: учеб. для высш. и ср. спец. заведений / А. М. Гаджинский. – 2-е изд. – М.: Маркетинг, 1999. – 480 с.