

*Гайдаш Т.Ю.,  
Дыбовская Е.И.*

Белорусский государственный университет физической культуры  
Республика Беларусь, Минск

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

*Haidash T.Yu.,  
Dybovskaya E.I.*

Belarusian State University of Physical Culture  
Republic of Belarus, Minsk

### CURRENT TRENDS OF LOGISTIC MANAGEMENT

ABSTRACT. In article says about the modern system of management of the tourist enterprise on the basis of logistic approach.

KEYWORDS: logistic approach; integration; differentiation; focusing; dynamic strategy; optimization of logistic management.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается современная система менеджмента туристического предприятия на основе логистического подход.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: логистический подход; интеграция; дифференциация; фокусирование; динамичная стратегия; оптимизация логистического управления.

Руководствуясь словами Майкла Портера, одного из авторитетных экспертов в области стратегического планирования, для успешного функционирования на рынке, организация должна обладать как минимум одним из нижеперечисленных стратегических преимуществ:

- 1) лидерство по издержкам (когда компания имеет существенное преимущество по затратам по сравнению с конкурентами);
- 2) дифференциация (когда компания предлагает уникальный товар или услугу, отсутствующую у конкурентов) [1].

В логистике эти два подхода обычно определяют терминами «тощая» и динамичная стратегии. Организации, применяющие «тощую» логистику, ставят перед собой цель снизить общие затраты; те же, кто предпочитают динамичную логистику стараются добиться более высокого уровня удовлетворения запросов потребителей.

Наличие успешной логистики позволяет организации обеспечить одно из перечисленных преимуществ. Однако как понять, насколько успешна логистика компании?

Управление туристическим предприятием представляет собой сложный процесс, который требует разработки логистических систем с целью оптимизации экономических потоков, что оказывает существенное влияние на финансовые результаты компании. В состав логистической системы туристического предприятия входят следующие составляющие: информация, планирование туров, обработка заказов, прогнозирование спроса; перевозка туристов, выбор вида транспорта и компании-перевозчика; кадры, обслуживающие туристов; обслуживающее производство,

подразделения логистики, которые обслуживают процесс формирования тура и оказания услуг потребителю [2].

Исходя из этого, система менеджмента в туристической фирме, применяющей такой логистический подход – это система, которая базируется на интегрированном подходе, что в свою очередь позволит создать реальную возможность объединения функциональных областей логистики путем координации действий, выполняемых независимыми звеньями логистической системы, разделяющими общую ответственность в рамках целевой функции управления туристическими компаниями [3].

Основная роль логистики в туризме интегративная, именно логистика, как направление, в максимальной степени способное реализовать системообразующую и интегративно-генерирующую функции туризма.

Одной из особенностей логистики является то, что она не только интегрирует все виды деятельности, которые относятся к различным функциям предпринимательства, но и объединяет их. Если эти функции разделены, то принятие решений в области продаж без учета данных возможностей функциональных областей логистики может привести к увеличению общих затрат компании. В логистической системе вышеупомянутые функции должны быть взаимосвязаны.

Максимальный эффект от использования логистики может быть достигнут при системном подходе и к управлению, и к объекту управления. Так базовые элементы туризма взаимосвязаны в системе социально-экономических отношений. Туроператор взаимодействует с туристическими ресурсами и туристической индустрией при разработке туристического продукта. В свою очередь, взаимосвязь туроператора с турагентом и туристом обеспечивается через туристический продукт. Взаимосвязь с бюджетом и другими отраслями происходит через туристические расходы и туриста. Управление логистической системой это системный принцип, охватывающий, в конечном счете все мероприятия по использованию информации и перемещению потоков туристов по каналам фирмы. Это означает, во-первых, что специалисты должны понимать проблемы всего предпринимательства в целом и учитывать, что принятие решений в одной области логистической системы (например, в области размещения) может повлиять на целую систему. Во-вторых, логистика в туризме связана с обслуживанием потребителей, учитывает такое предложение туристического продукта и параметры обслуживания. Это подразумевает наличие рыночного аспекта в логистических системах туризма. В-третьих, основным требованием разработки эффективного управления логистикой является тесная связь между процессами составления тура, продаж и оказания услуг.

Проведенное исследование особенностей туристического продукта и процесса его производства показало целесообразность комплексного подхода к его разработке. Комплексный подход к обслуживанию туристов состоит в разработке определенного набора туристических услуг, предоставляемых туристам в одном «пакете» (что, в общем, и составляет туристический продукт). Данный пакет должен обеспечить удовлетворение потребностей туриста, связанных с главной целью туристической поездки, а также создать комплекс сопутствующих услуг.

Следуя концептуальным положениям логистики, можно выделить основные функции логистики в сфере туризма: оперативное руководство процессами формирования, продвижения и продажи туристического продукта, а также стратегическое

планирование и прогнозирование деятельности туристических компаний; оперативное управление информационными потоками, циркулирующими в логистической системе; оперативный контроль за движением туристов и туристического продукта; интеграция самостоятельно функционирующих информационных систем туристической инфраструктуры в единую логистическую информационную систему; расчет и организация страхового фонда на случай наступления экономических форс-мажорных обстоятельств на основе анализа и прогнозирования развития негативных тенденций в туристической сфере.

Для оптимизации логистического управления в процессе формирования, продвижения и реализации туристического продукта необходимо уметь, во-первых, оценивать качество оказываемых услуг; во-вторых, построить управление таким образом, чтобы свести к минимуму отклонения фактического уровня качества услуг от ожидаемого.

Принцип системы логистики связан с управлением информационными потоками и распределением. Другими словами, задача управления в области логистики связана с обеспечением механизма разработки стратегий, в рамках которых может осуществляться повседневная деятельность по управлению предприятием.

Основными конкурентными стратегиями являются: лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование и ранний выход на рынок [4]. В числе перспективных вариантов конкурентных стратегий для туристической отрасли в настоящее время следует рассматривать стратегии дифференциации, стратегии раннего выхода на рынок и стратегии фокусирования (рисунок).

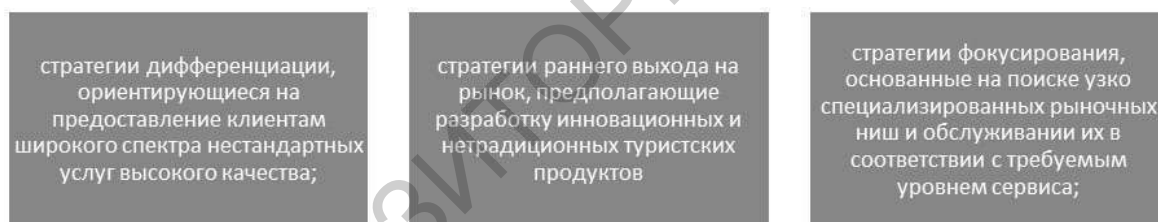


Рисунок – Алгоритм перспективных конкурентных стратегий в туризме

Среди возможных направлений реализации стратегий дифференциации можно назвать: акцентирование внимания на повышении качества обслуживания, формирование приверженности клиентов к товарной марке, создание и поддержание благоприятного имиджа предприятия туризма, обеспечение соответствия уровня цен уровню предоставляемого сервиса, учет индивидуальных сезонных потребностей различных целевых групп, формирование системы дифференцированного качественного размещения туристов.

Несмотря на высокий уровень неопределенности экономической среды, перспективным для предприятий туристической индустрии является применение стратегии раннего выхода на рынок. Наиболее интересными вариантами данной стратегии является их применение в спортивном, экстремальном и деловом туризме.

Перспективным направлением стратегического развития туристической индустрии является также реализация стратегии фокусирования. Стратегия услуги высокого качества реализуется посредством предоставления эксклюзивных вариантов размещения. Повышение интенсивности деловых отношений между странами

и регионами позволяет использовать стратегию бизнес-потребностей. Стратегия нишевого сегмента предполагает ориентацию на определенные сегменты рынка и предоставление им соответствующих форм размещения.

Таким образом, для многих организаций понимание того, что логистика оказывает стратегическое влияние на туристическую деятельность, стало одной из наиболее важных идей, появившихся в последние годы и изменивших способ, с помощью которого они управляют предприятием.

1. Портер, Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. / Майкл Е. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

2. Квартальнов, В. А. Туризм / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004; Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005.

3. Григан, С. А. Перспективы применения логистического подхода в управлении туристической деятельностью / С. А. Григан // Физическая культура, здравоохранение и образование: материалы Всерос. науч.-практ. конф. памяти В.С. Пирусского. – Томск: ТГУ, 2009.

4. Чудновский, А. Л. Управление индустрией туризма: учеб. пособие / А. Л. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. – М.: КНОРУС, 2004. – 293 с.

5. Кузнецов, О. А. Логистика: логистическое управление в туризме: учеб. пособие / О. А. Кузнецов. – М.: РИБ «Турист», 2006. – 166 с.

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

УДК 338.48-61:796(476)

*Гатауллин А.Г.*

Белорусский государственный университет физической культуры  
Республика Беларусь, Минск

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Gatatullin A.G.*

Belarusian State University of Physical Culture  
Republic of Belarus, Minsk

## **PROSPEKTS OF SPORS AND EVENTFUL TOURISM DEVELOPING IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

**ABSTRACT.** The article analyses the main trends in the development of tourism in modern society and its role in the world and national economies. Discusses the most promising directions of development of tourism in Belarus. Assesses the capacity of sports and event tourism and how you can use it for the development of the tourism and hospitality industry.

**KEYWORDS:** tourism; tourism events; sport and event tourism; sports management; sports marketing.