

танням розрахункових моделей з урахуванням корегувальних коефіцієнтів за кількома варіантами (сприятливим, несприятливим, реальним);

- прогноз конкурентних переваг підприємства та його продукції залежно від варіантних співвідношень величин попиту і пропозиції його продукції [8].

Вирішення завдання прогнозування конкурентних переваг підприємства з урахуванням розглянутих їхніх характеристик і видів дозволить визначити цільові сегменти ринку, де конкурентні переваги підприємства виявляться найяскравіше та найрезультативніше. Саме на ці цільові сегменти ринку і має бути скеровано увагу управління підприємством – визначення його пріоритетної спеціалізації та найповнішого використання ринкових можливостей, які і надають конкурентні переваги.

ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : АО «Типография „НОВОСТИ“», 2000. – 256 с.
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : [навч. посіб.] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : ЦУЛ, 2002. – 282 с.
3. Грант Р. М. Ресурсная концепция конкурентных преимуществ: практические выводы для формирования стратегии / Р. М. Грант // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2003. – Вып. 3. – С. 12–19.
4. Євдокимова Н. М. Економічна діагностика : [навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц.] / Н. М. Євдокимова, А. В. Кірієнко. – К. : КНЕУ, 2005. – 110 с.
5. Марченко В. М. Організаційно-економічний механізм формування конкурентної стратегії підприємства (на прикладі ринку вибухозахищеного електроустаткування) : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Марченко В. М. ; НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2002. – 217 с.
6. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов : [пер. з англ.] / Майкл Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 454 с.
7. Ambastha A. Competitiveness of Firms: Review of theory, framework and models / A. Ambastha, K. Momaya // Singapore Management Review. – 2004. – Vol. 26, № 1. – P. 45–61.
8. Buckley P. J. Measures of International Competitiveness A critical Survey / P. J. Buckley // Journal of Marketing Management. – 1988. – Vol. 4 (2). – P. 175–200.
9. Depperu D. Analyzing International Competitiveness at the Firm Level: Concepts and Measures / D. Depperu, D. Cerrato // Working Paper. – № 32. / Dipartimento Scienze Sociali-Sezione Economia Aziendale, Universita Cattolica del Sacro Cuore. – Piacenza, 2005. – 27 p.

УДК 330.610

ЛОГИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБЪЕКТАМИ РАЗМЕЩЕНИЯ: СУТЬ И ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ

А. А. Шендриков

Традиционно логистические методы применяются на предприятиях материального производства или реализации продукции, где они позволяют существенно снизить затраты, связанные с изготовлением и перемещением товаров путём оптимизации процессов производства и перемещения. Поскольку производство и транспортировка материальной продукции на всех этапах относительно легко

поддаются учёту, достаточно просто рассчитать затраты на том или ином этапе, а вместе с тем и оптимизировать их. В сфере же услуг ситуация носит несколько иной характер: услуги неисчислимы, относительно плохо поддаются стандартизации, их себестоимость зависит от множества субъективных факторов. Кроме того, если материальное производство в настоящее время в основном автоматизиро-

вано, то услуги оказываются практически исключительно людьми или организациями, то есть огромное значение в сфере услуг имеет человеческий фактор. А, как известно, человек совсем не всегда рационален в своих поступках, в связи с чем применять логистические методы к сфере нематериального производства (производства услуг) для оптимизации относительно сложно.

Однако в последнее десятилетие значительно популярны идеи внедрения логистических методов в управление предприятиями сферы услуг, в том числе в сфере туризма.

Целью данной публикации является анализ концепции логистического управления предприятиями сферы размещения, сравнение её с общепринятой концепцией логистического управления, выделение их сходств и различий.

В последние годы вопросами внедрения логистических методов в сферу гостиничного бизнеса занимаются как отечественные, так и зарубежные исследователи. Из отечественных следует отметить Т. Н. Скоробогатова, изучающую проблемы внедрения логистических методов в управление рекреационным сектором, В. Я. Погорецкую, изучающую аспекты логистизации туристической сферы, Т. Б. Шатовскую и Н. С. Герасимову, исследующих управление ресурсопотоками гостиничного предприятия с точки зрения логистики.

Управленческий аспект логистики в туризме сводится к планированию, контролю, оперативному управлению реализацией и продвижением продуктов и информационных потоков в рамках системы, охватывающим операционные циклы поставщиков и посредников туристического продукта. С экономической точки зрения логистика трактуется как деятельность, направленная на получение необходимого количества продукции с оптимальными затратами в установленное время и в установленном месте с соответствующим информационным обеспечением данного процесса. В основе экономической стратегии предприятия логистика используется как оружие в конкурентной борьбе и рассматривается как управленческая логика для реализации решений по рациональному размещению финансовых, материальных, человеческих и ин-

формационных ресурсов, контроля над ними [1].

Под логистикой в сфере гостиничного бизнеса понимают управление продуктовыми потоками предприятий размещения, что включает в себя рациональную организацию формирования, сбыта и потребления услуг размещения и сопровождающих эти процессы информационных потоков. Учитывая специфику полного цикла производства услуг, реализуемых гостиницами от информационного обеспечения до сбыта, процессы продвижения в каналах товародвижения и организацию потребления продукта, логистика в сфере гостиничного бизнеса выполняет ряд функций, которые дифференцируются по фазам логистической цепи на следующие виды [2]:

- информационная логистика на входном потоке;
- производственная логистика, включающая непосредственное формирование и создание услуги размещения;
- сбытовая логистика, которая охватывает распределение, продвижение и определения каналов реализации готовой продукции;
- информационная логистика на исходном потоке.

Первостепенное значение для предприятий размещения при осуществлении процессов логистического управления приобретает информация, которая является для них ведущим логистическим и производственным фактором после первичной и вторичной обработки. Информация, которая пронизывает все звенья управления, объединяет их в определенную целостность и является ключевой активностью логистической системы. Под логистической системой предприятия размещения понимается адаптивная система с обратной связью, цель функционирования которой состоит в формировании и реализации продукта предприятия в необходимом количестве и ассортименте, в максимально возможной степени готовности к использованию или потреблению, в необходимом потребителю месте при оптимальном уровне логистических издержек [3].

Сущность информационной логистики в сфере гостиничного бизнеса состоит в организации потоков данных, сопровождающих

поток товаров и прежде всего услуг, оказываемых гостиницами, что является существенным звеном, которое связывает снабжение, производство и сбыт. Информационная логистика оперирует комплексом экономической информации как в горизонтальном, так и вертикальном направлениях, во внутренних и внешних координации и требует соответствующей инфраструктуры. Под информационной инфраструктурой логистической системы в туризме понимают совокупность взаимосвязанных средств и методов, обеспечивающих подготовку информации, а именно: сбор данных и их первичная обработка, контроль достоверности, хранение и передача информации, ее обновления, корректировки и презентация.

Сбытовая логистика в гостиничном бизнесе – это неотъемлемая часть общей логистической системы, обеспечивающей наиболее эффективную организацию распределения продукта, готового к потреблению. Функции сбытовой логистики заключаются в распределении и продвижении туристического продукта (в данном случае услуг размещения) по каналам товародвижения, поставке продукта, ориентированного на потребности потребителей (согласно срокам обслуживания, качеству, количеству и цене), оптимизации расходов, связанных с функционированием логистической системы и коммерческую сбытовую деятельность, применении оптимальных информационных сбытовых систем.

Для лучшего понимания совокупности компонентов логистического управления в гостиничном бизнесе следует дать определение гостиничной услуги как главного товара, реализуемого предприятиями размещения.

По определению А. С. Кускова, гостиничная услуга – это организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, непрерывно воздействующее на гостя в течение всей своей длительности. Этот продукт существует только в течение пребывания гостя, и в это время постоянно идет диалог между гостем и гостиницей, его невозможно запрограммировать или создать некий алгоритм обслуживания [4, с. 57].

С целью формирования системы информационной и сбытовой логистики предприятия

размещения предлагается понятие и состав гостиничной услуги как совокупности туристических услуг (основных, дополнительных и специализированных), природных и антропогенных условий и ресурсов (натуральных и созданных) и туристических товаров (специфических и неспецифических), удовлетворяющих потребности потребителей во время путешествия.

Внедрение логистических концепций в сферу гостиничного бизнеса может иметь место в условиях решения следующих взаимосвязанных проблем:

- разработки и формирования логистических систем для предприятий размещения различных типов с учетом их специфики;
- разработки и внедрения различных систем, форм и каналов сбыта реализуемого продукта;
- разработки соответствующей информационной инфраструктуры [1].

Ниже приведена таблица, позволяющая наглядно сравнить логистику, её концепцию и положения как науку в целом и логистику в сфере размещения (табл.) [5].

Процесс внедрения логистических методов управления называется логистизацией. В сфере размещения логистизация рассматривается как целенаправленный процесс внедрения логистического подхода к организационно-экономической деятельности отдельных гостиниц и прочих объектов размещения как составляющих элементов экономики региона, страны и мира. Логистический подход к организации предпринимательской деятельности основывается на системной комплексности экономических процессов, предусматривает эффективную их интеграцию и создание логистических систем и цепей. Он включает комплекс принципов оптимизации потоковых процессов и потоков.

Очевидно, что логистизация как комплексный процесс охватывает совокупность потоковых процессов не только функциональных подразделений внутри предприятия размещения, но и вне его. Базовые положения и принципы логистизации выступают основой разработки комплекса механизмов логистиче-

Таблиця

Характеристика концепції і постулатних положень логістики в готельному бізнесі

Постулатні положення	Логістика як наука	Логістизація підприємств розміщення
Концепція	Формування ефективних відносин по движению і інтеграції матеріальних, фінансових, інформаційних і сервісних потоків на основі просторово-часової сбалансованості потікових процесів	Формування потікових процесів і потоків в діяльності по наданню послуг розміщення на основі логістического підходу
Методологічна основа	Модель взаємозв'язів організаційно-економічних процесів, забезпечуюча формування логістических потоків, систем і ланок	Логістический підхід, оснований на загальній теорії систем, кібернетикі, дослідженні операцій, прогнозуванні і інтеграції
Об'єкт	Економічні відносини формування і інтеграції матеріальних, інформаційних, фінансових і сервісних потоків	Методи і засоби формування просторово-часової послідовності економічних процесів, що утворюють логістическі ланки і системи
Предмет	Сквозна оптимізація економічних процесів, які утворюють потоки матеріальних і нематеріальних цінностей	Сукупність способів оптимізації соціально-економічного розвитку підприємств як формуючих елементів всіх ієрархічних рівнів економіки
Ціль	Рационалізація і удосконалення економічних відносин формування потоків матеріальних і нематеріальних цінностей	Мінімізація сукупних витрат і максимізація прибутку суб'єктів підприємств, об'єднаних логістическими системами і ланками

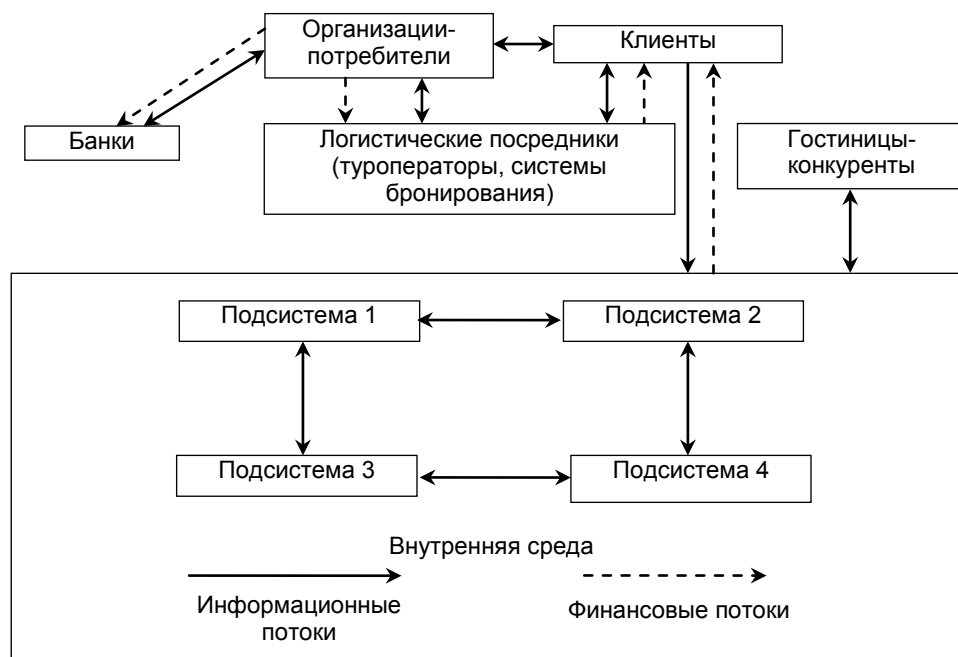


Рис. Організаційна структура логістическої системи готельної

сфери управління підприємствами готельної сфери.

Основними передумовками створення і розвитку механізмів логістизації сфери розміщення являється інтеграція, інформатизація

і глобалізація економічних процесів і структур, які викликані необхідністю підвищення ефективності використання ресурсів в умовах їх обмеженості. Іменно принцип ефективності логістическої де-

тельности вызвал необходимость интеграции сначала функций и структур (подразделений) внутри отдельных субъектов гостиничного бизнеса, а затем и между ними [4].

Как показывают исследования, вся логистическая деятельность гостиницы определяется информационным взаимодействием четырёх основных компонентов внутренней среды предприятия и обусловлена (рис.):

- необходимостью создания и поддержки непрерывной связи с объектами внешней среды логистической системы (подсистема 1). Отвечает за логистические каналы связи с объектами внешней среды и характеризуется непосредственным взаимодействием с потребителями в процессе продвижения услуг на рынок и формирования и обработки заказов;

- необходимостью управления разнообразием информации на всех этапах логистической деятельности и стадиях взаимодействия потребителя и услуги (подсистема 2). Отвечает за весь комплекс операций по управлению внешними и внутренними потоками информации и объединяет специалистов и процессы сбора, обработки, анализа, хранения и использования логистической информации;

- необходимостью оптимизации использования всех видов внутренних ресурсов гостиницы в процессе формирования заказов и производства услуг (подсистема 3). В рамках этой подсистемы обеспечивается воздействие на параметры внутренних ресурсов гостиницы – трудовые, управленческие, технические, финансовые и временные;

- необходимостью обработки и интерпретации результатов деятельности гостиницы (подсистема 4). Здесь интерпретируются данные, поступающие от всех рассмотренных элементов логистической системы, обрабатываются и распределяются в виде отчётов для внутренних и внешних пользователей.

В настоящее время международный туризм интенсивно набирает популярность, в связи с чем растёт потребность туристов в услугах размещения. Несмотря на значительное отставание Украины от развитых стран Запада в количестве и качестве гостиниц, эффектив-

ность работы имеющихся объектов размещения можно существенно повысить. Среди мер, способных повысить эффективность функционирования объектов размещения, можно отметить логистизацию как процесс внедрения логистических методов в управление гостиничным предприятием. Однако следует учитывать, что логистика в сфере услуг имеет немало отличий от традиционной логистики материального производства. Среди основных особенностей логистического управления гостиничным предприятием следует отметить, что объектом логистического управления выступает «логистический поток» как неразрывное единство материальных, информационных, финансовых и сервисных потоков в конкретных пространственно-временных координатах, а предметом – оптимизация логистических потоков на основе сбалансированности их взаимодействия и использования синергетических связей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Г. І. Михайліченко. – К., 2001. – 17 с.
2. Шатовська Т. Б. Логістичні аспекти управління ресурсопотоками готельного підприємства / Т. Б. Шатовська, Н. С. Герасимова // Праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – № 1 (35). – С. 289–294.
3. Фролова Л. В. Логістичне управління торговельним підприємством: теорія та методологія : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.07.05 «Економіка торгівлі та послуг» / Л. В. Фролова. – Донецьк, 2005. – 38 с.
4. Кусков А. С. Гостиничное дело : учеб. пособие / Кусков А. С. – К. : ИТК Дашков и К, 2008. – 328 с.
5. Фролова Л. В. Логістична система управління потоковими процесами / Фролова Л. В. // Наука і освіта '2004 : матеріали VII міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2004. – Т. 19. Економіка. – С. 18–19.