

# ТУРИСТЫ КАК ПОТРЕБИТЕЛИ УСЛУГ И ИНИЦИАТОРЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ-СВЯЗЕЙ



## ТАТЬЯНА СКОРОБОГАТОВА

ТНУ им. В.И. Вернадского,  
г. Симферополь,  
профессор кафедры  
менеджмента  
предпринимательской  
деятельности,  
доцент, д.э.н.

В современных условиях важную роль в экономике и общественной жизни играет туризм. Значимость туристского сектора определяется общим и частными эффектами. Частные эффекты образуются за счет услуг — слагаемых туристского продукта. В частности, спортивно-оздоровительные услуги положительно воздействуют на здоровье, услуги культуры способствуют повышению уровня развития потребителей.

Город-связь идентифицируется как город, находящийся на пути между крупными городами (городами-полюсами) и выполняющий функции обеспечения проходящих через него туристов сопутствующими услугами и продукцией, а также выступающий потенциальной базой культурно-экскурсионного обслуживания.

Общий эффект определяется потреблением всего туристского продукта. Он может выступать в форме суммарного, складывающегося из эффектов услуг, из которых он состоит. С другой стороны, общий эффект определяется правильным (с точки зрения морально-этических норм) проведением свободного времени индивидов и оценивается альтернативным ущербом, которые они могли бы нанести обществу, используя его по-другому (такой вариант скорее приемлем для оценки деятельности молодого поколения). Вышесказанное определяет необходимость социально-экономически оправданного комплектования туристского продукта. Важность его правильного формирования обуславливается и тем, что потребление продукта предполагает непосредственное взаимодействие туристов с субъектами услуг, составляющих продукт (не включая так называемые услуги-прелюдии). Это отличает процесс потребления туристских услуг от прочих, которые не всегда требуют личного контакта между производителем и потребителем.

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается применение логистики при формировании туристского продукта и управлении туристскими потоками. Определяется новая роль туристов как инициаторов развития городов-связей. Предлагается формальный аппарат для расчета начального момента движения материального потока как потока, обслуживающего туристов.

### КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Туристский продукт, туристские потоки, обслуживающие потоки, традиционная логистика, сервисная логистика, регион, город-связь, активность туристов.

Следует отметить, что потребление туристского продукта может носить активный или активно-пассивный характер (чисто пассивный отдых предполагает лечение в санатории). Так называемые активные туристы во многих случаях проживают в палатках и сами готовят себе пищу. Активно-пассивные туристы остаются в гостиницах и пользуются услугами предприятий ресторанного хозяйства.

Проявление активности наиболее присуще туристам с креативным мышлением. Такие индивиды воспринимают путешествие не только в плане получения новой информации, но и как возможность проявить себя в нетрадиционной обстановке, которая способствует концентрации мышления и выработке новых идей.

Отличие туристских услуг состоит в том, что их оказание предусматривает всевозможное перемещение. Во-первых, всегда передвигаются потребители (причем часто на довольно длительное расстояние) к месту оказания услуг. Во-вторых, часто перемещаются продуценты услуг к месту их получения. Это касается субъектов, не причисленных к определенному туристскому предприятию, оказывающих разовые услуги. Кроме того, имеет место сезонная миграция трудовых ресурсов к территории (предприятиям), где созданы условия для потребления туристских услуг. В-третьих, само туристское обслуживание предусматривает сопровождение туристов соответствующим субъектом на всем протяжении маршрута. Поэтому такой вид деятельности как туризм нуждается в логистическом управлении.

На логистических принципах основано как рациональное комплектование туристского продукта, так и эффективное управление потоками туристов как видом человеческих потоков. Другими словами, логистическая концепция в туризме включает положения и традиционной, и сервисной логистики. Первые касаются формирования туристского продукта, вторые — управления потоками туристов (рис. 1.).



Рисунок 1

Логистика туризма как производная традиционной и сервисной логистики

### ANNOTATION

This article covers the application of logistics in the formation of the tourist product and the management of tourist flows. A new role of tourists as initiators development of towns-ties is being defined. It is proposed formalism to calculate the initial moment of motion of the material flow as a stream of serving tourists.

### KEYWORDS

Tourist product, tourist flows, serving flows, the traditional logistics, service logistics, region, town-tie, activity tourists.

Уточним, что в традиционной логистике первичными потоками выступают материальные потоки, а остальные — кадровые, финансовые и информационные — играют по отношению к ним обслуживающую роль. При этом необходимо учитывать, что для некоторых туристов первичными могут выступить другие потоки, например, информационные. Но такой факт не меняет общих принципов приоритетности потоков в логистике (подчеркнуть данное положение вынудила нас статья С. Гусева [1]: автор считает, что первичность потоков определяется этапом жизненного цикла). В отличие от традиционной, сервисная логистика нацелена на управление потоками потребителей продукции, услуг и природных благ, при этом остальные потоки, а именно: кадровые, материальные, финансовые, информационные — выступают в качестве сопутствующих. Поскольку логистика рассматривается как наука и практика управления потоками, а туристский продукт перемещаться не может, использование традиционной логистики носит виртуальный характер. В отличие от нее, сервисно-логистическая деятельность вполне реальна и касается управления потоками туристов и обслуживающими их потоками.

Отличием туризма является то, что он представляет собой комплекс услуг, поэтому здесь правильнее вести речь о продукте (хотя допустимо говорить об услуге как совокупности услуг-элементов). Координация образующих продукт услуг обуславливает необходимость планирования (формирования) турпродукта. С точки зрения планирования возможно его рассмотрение в плоскости стадий традиционной логистики, когда в роли снабженцев выступают поставщики услуг, продуцентов — туроператоры, сбытчиков — турагенты (такой подход представлен в работе [2, с. 56]).

Предоставление же туристской услуги (продукта) свлечается от реализации традиционной логистической услуги, связанной с продвижением материалов в цепи поставок. При продвижении материалов звенья выполняют свои функции последовательно. Туристский же продукт, исключая процессы обустройства по приезде и организации отъезда, предполагает периодическое чередование (в большинстве случаев ежедневное) при оказании слагаемых-услуг. При этом оказание отдельной услуги, входящей в продукт, действительно можно рассматривать в виде последовательности действий, то есть технологической цепи или цепи операций.

Для активных туристов вести речь о цепи поставок услуг не вполне корректно. С некоторой оговоркой можно обозначить как цепь поставок (как уточняет, в частности, Т.Н. Одицова, логистическая цепь поставок туристских услуг [2, с. 167]) предоставление продукта активно-пассивным туристам, когда те останавливаются в определенном месте не более, чем на сутки с одноразовым питанием в гостинице (так называемым «территориально несвязанным туристам»). При реализации продукта «территориально связанным туристам», то есть не меняющим место проживания в течение определенного периода, используется не логистическая цепь, а логистический куст (схематичное изображение логистического куста представлено во многих наших работах, один из вариантов показан на рис. 2). Именно такая форма связи поставщиков услуг с туроператором обеспечивает более полную их загрузку и является вариабельной, позволяя комплектовать разнообразные продукты в зависимости от вида туризма.

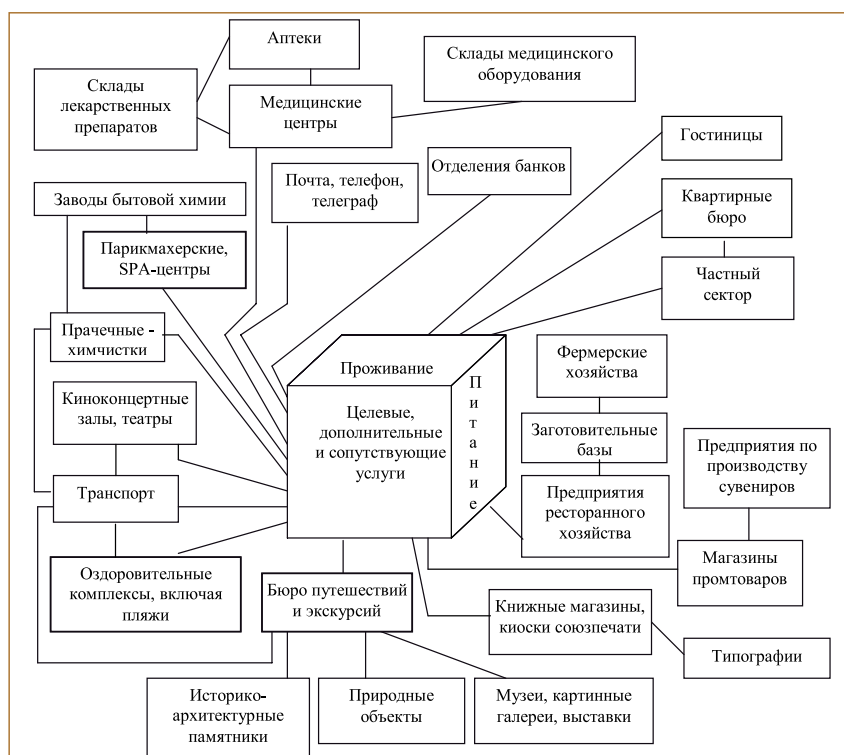


Рисунок 2. Пример логистического куста в туризме

Управление логистическим кустом как системой фактически сводится к управлению потоками: основными (туристскими) и обслуживающими (активными — кадровыми и пассивными — материальными, финансовыми, информационными). Осязаемую субстанцию из перечисленных пассивных потоков имеют только материальные, поэтому необходимо их рациональное согласование с потоком туристов. В первую очередь, это касается определения времени опережения материального потока, включающего сырьевые наборы для приготовления блюд, которое должно рассчитываться с учетом технологии обработки материалов. В данном случае интервал движения ресурсов в виде материального потока определится по формуле:

$$t_2 - t_1 = \sum_i^m \frac{S_i}{V_i} k_{1i} k_{2i} - t_3 \quad (1)$$

где  $t_2$  — момент времени, к которому поток должен достигнуть конечной точки;  $t_1$  — момент времени начала движения потока;  $S_i$  — отрезок пути, по которому материальные ресурсы перемещаются с помощью  $i$ -го транспорта;  $V_i$  — скорость движения  $i$ -го вида транспорта;  $k_{1i}$  — коэффициент, учитывающий погрузку и разгрузку материальных ресурсов в  $i$ -том виде транспорта;  $k_{2i}$  — коэффициент, учитывающий возможные остановки в пути  $i$ -го вида транспорта; — виды используемого транспорта;  $t_3$  — время, необходимое для обработки предназначенных для туристов материальных ресурсов с учетом максимальной длительности операций.

Проведя перестановку членов формулы (1), получим выражение для расчета начального (отправного) момента движения материального потока:

$$t_1 = t_2 - \sum_i^m \frac{S_i}{V_i} k_{1i} k_{2i} + t_3 \quad (2)$$

Уточним, что определяемый момент касается туристского как вида человеческого потока. Поскольку потокообразующие элементы здесь активны и их поведение не может быть прогнозируемо с абсолютной точностью, даже правильно рассчитанный момент возможно не совпадет с реальностью.

Комплексность туризма определяет его связи с большим числом отраслей (видов деятельности). Его функционирование дает импульс их развитию и способствует доходности (указанный момент рассмотрен в ряде публикаций). Но мультипликативный эффект туризма проявляется не только в отраслевом, но и в региональном аспекте. Такой эффект непосредственно связан с логистикой.

Здесь уместно обратиться к работам Ф. Перру и П. Потье (комментарии даны в работе [3, с. 19]). Первому принадлежит идея полюсов роста — центров экономического пространства, где размещаются предприятия лидирующих отраслей. Развивая данную теорию, второй из названных ученых показал, что территории, расположенные между полюсами роста (так называемые оси развития), за счет прохождения по ним грузопотоков получают импульсы роста в виде инноваций, образования дополнительных объектов инфраструктуры и др. К сожалению, такое положение в традиционной логистике не получило должного развития. Еще меньше внимания уделяется позитиву прохождения по территории человеческих потоков — по объектам управления сервисной логистики. Уточним, что оси развития, являющиеся руслами грузопотоков, носят естественный характер. Что касается осей развития, выступающих направлениями движения туристов, то они могут рассматриваться как искусственные.

Одной из отличительных особенностей человеческих потоков является то, что они выступают как объекты управления, так и обслуживания. Осуществление обслуживания требует развития инфраструктуры на всем пути их движения. Указанный факт обуславливает необходимость развития тех населенных пунктов, которые находятся на пути перемещения туристов.



Именно при составлении туристского маршрута следует, согласно осям развития, учитывать населенные пункты, которые требуют импульса. Отметим, что оси связывают достаточно удаленные друг от друга крупные города с развитой промышленностью (так называемые города-полюса). Население этих городов загружено работой и достаточно финансово обеспечено, что обуславливает необходимость и возможность отдыха.

В рассматриваемых пунктах (назовем их городами-связями) следует построить недорогие гостиницы, где туристы смогут воспользоваться «благами цивилизации». На первых порах для размещения достаточно использовать жилье постоянного населения данного пункта, оформив комнаты в соответствии с местными обычаями. Также целесообразно оформить и столовые, где туристы смогут познакомиться с национальной кухней. Следует расширить продуктовые магазины, включив в их ассортимент предметы гигиены и разнообразные «туристские мелочи»: фотопленку, мазь от комаров, бактерицидные средства и т.д. Пользу туристам и доход магазинам принесет продажа сувениров.

Если туристы остаются в городе-связи на ночлег, возможно проведение вечера «встреча регионов». В течение вечера местные жители расскажут о своем регионе, а туристы — о месте,

где они постоянно проживают. Рост городов-связей имеет и социальное, и экономическое значение. Экономическая роль обусловлена приносимым ими доходом в виде налоговых поступлений. В социальном плане они играют важную роль как для местного населения, обеспечивая его занятость и соответствующий приток денежных средств, так и для туристов, нуждающихся в обслуживании. Но исключительно обслуживающие функции указанные города выполняют в начале своего развития. А далее они могут стать объектами осмотра туристов, где отсутствие привлекательных природных ресурсов можно компенсировать антропогенными памятниками.

Следовательно, в отличие от городов-полюсов, ориентирующихся на эндогенность, развитие городов-связей носит эндогенно-экзогенный характер. Другими словами, функционирование городов-связей зависит от собственных ресурсов и обуславливается внешним окружением. Вначале наиболее сильное влияние на их развитие оказывают города-полюса. Но далее они становятся более самостоятельными, и могут быть включены в маршруты, соединяющие другие города.

При развитии городов-связей первоначальный проект может корректироваться с учетом потребностей и соответствующих рекомендаций туристов. Названное положение касается самих объектов и мест их расположения. Отметим, что состав туристских групп по мере становления города может меняться. Если первоначально группы формируются из людей, отличающихся здоровьем и неприхотливостью, то при создании соответствующих условий в них могут входить люди пожилого возраста и люди со средним состоянием здоровья. Иначе говоря, вначале города-связи посещают исключительно активные туристы, затем, наряду с ними, образуются и потоки активно-пассивных туристов.

Подчеркнем, что в современной экономике усиливается тенденция регионального развития. Но в условиях интеграции и глобализации происходит ослабление региональной доминанты, и регион выступает как часть целого (страны) (данная проблема рассматривается в работе [4]). Такой подход определяет более пристальное внимание государства к недостаточно развитым регионам.

**Выводы.** Логистика туризма основана на использовании и традиционной, и сервисной логистики. Традиционная логистика определяет правильное с точки зрения общества комплектование туристского продукта. Сервисная логистика направлена на решение одной из проблем туризма — рациональное распределение человеческих потоков с целью их уменьшения в классических туристских центрах. Если рассматривать туристов как потребителей услуг и сопутствующей продукции, приносящих доходы в бюджет, то в таком случае сервисная логистика способствует освоению новых территорий — потенциальных объектов посещения туристов. Идентифицируемый как управляемый, туристский поток в современных условиях начинает играть важную роль в управлении развитии регионов. Туристы становятся участниками планирования объектов инфраструктуры строящихся городов, что позволяет им проявлять креативность и самореализовываться в определенных областях деятельности. Таким образом, туристы, совершенствуясь сами, обеспечивают и совершенствование посещаемых ими городов как важных социально-экономических объектов.

#### Библиографический список:

1. Первичность — вторичность, значимость — второстепенность: потоки логистики // Логистика. — 2011 г. — № 7. — С. 28—29.
2. Одиноцова Т.Н. Методологические основы управления логистической системой туристского обслуживания: Дисс. на соискание ученой степени докт. экон. наук. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет. 2011 г. — 399 с.
3. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: Учебник / Под ред. В.И. Сергеева. — М.: ИНФРА-М, 2010 г. — 528 с.
4. Манджиева Д. Регион и предприятие в стратегическом процессе // РИСК. — 2011 г. — № 3. — С. 334-340.