

Скоробогатова Т.Н.

УДК 65.012.34:379.8

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ

Постановка проблемы. Развитие и расширение логистики как науки и практики управления потоками обуславливает отпочкование новых логистических направлений. Сказанное относится и к материальному производству, но в большей мере – к стремительно развивающейся сфере обслуживания, где постоянно возникают новые виды услуг, управление потоками потребителей которых существенно различается. Поэтому здесь рационально представить медицинскую (управление потоками пациентов), образовательную (управление потоками учащихся и студентов), рекреационную (управление потоками рекреантов) и другие логистические ветви. Выделение нового логистического направления, в нашем случае – рекреационной логистики – требует его соответствующей идентификации и характеристики.

Анализ последних исследований и публикаций. На сегодняшний момент внимание многих логистиков повернулось в сторону рекреационной сферы. Но целостная концепция рекреационной логистики пока отсутствует, а терминология «рекреационная логистика» употребляется сравнительно редко, в основном на уровне выступлений на конференциях (например, на традиционной конференции во Львове «Маркетинг и логистика в системе менеджмента» [1]), международной Интернет-конференции «Вопросы современной науки и образования» [2]) и иногда мелькает в публикациях (в частности, [3]). В большинстве же случаев рекреационная логистика отождествляется с логистикой в туризме (хотя все авторы в один голос заявляют об отличии понятий «туризм» и «рекреация»). Отметим, что собственно логистике в туризме уделяют внимание многие ученые, например, В.Г. Банько, А.А. Волкова, А.А. Гвозденко, С.В. Мельниченко, Д.Т. Новиков, Т.Н. Одинцова, И.Г. Смирнов, И.А. Соколов, Ф.А. Хачетлева [4-10] и др. Но поскольку рекреация – более широкое понятие, чем туризм (хотя туризм входит в нее не полностью, например, учебный и деловой туризм нельзя рассматривать как рекреацию) и включает санаторно-курортное лечение, то и рекреационная логистика охватывает значительно больше объектов исследования. Кроме того, публикации названных авторов касаются использования в туризме только принципов традиционной логистики (которые они применяют и к управлению человеческими потоками), сервисной же логистике, направленной на управление потоками потребителей услуг, внимания практически не уделяется. Сказанное касается и авторов некоторых учебных пособий. Так, А.А. Гвозденко указывает, что «под материальным потоком в туризме понимаются переезды (переходы, экскурсии) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях» в страну временного пребывания и обратно, а также поток граждан, обращающихся за оформлением путевок, приобретением билетов и получением виз [5, с. 49-80]. Фактически здесь под потоком автор подразумевает и процесс (перемещение), и собственно перемещающихся граждан. Точно такое же (с учетом перевода и указания на граждан Украины) определение дает в своем учебном пособии и В.Г. Банько [4, с. 51].

То же касается и собственно управления рекреантами. В частности, рассматривая логистическую региональную систему, Н.Е. Цыганюк указывает на то, что одним из объектов ее материального потока выступают рекреанты [1], таким образом, не делая различий между материальным и человеческим потоком.

Целью статьи является определение новой логистической ветви – рекреационной логистики и характеристика потоков рекреантов как основных объектов ее управления.

Изложение основного материала. Как известно, концепцией традиционной логистики является сквозное управление потоками, а именно материальными и сопутствующими им. Касательно рекреационной логистики, сквозное управление обеспечивает координацию работы подразделений рекреационного предприятия. Такое положение адекватно преобладающей на сегодняшний момент интеграционной парадигме логистики. Отметим, что этапы развития парадигм логистики: аналитической, технологической, маркетинговой, интеграционной – описаны во многих литературных источниках, в частности [11, 12, 13], нами же предлагается их конкретизация для рекреационной сферы (табл. 1).

Таблица 1. Конкретизация логистических парадигм применительно к рекреационной сфере.

Парадигма	Подход к логистике*	Конкретизация парадигмы применительно к рекреационной сфере
Аналитическая	Теоретико-методологический, использующий сложные экономико-математические модели	Применение отдельных положений парадигмы, например, метода исследования операций - при проектировании рекреационного продукта, теории управления запасами - при обеспечении туристов продовольствием и др.
Технологическая	Системный, обеспечивающий формулирование проблемы управления логистическими потоками и информационно-компьютерную поддержку процесса ее решения	Создание единого информационного поля, определяющего тесную связь между продуцентами услуг и определяющего варьирование продуктов, комплектующихся для разных групп потребителей
Маркетинговая	Экономико-социальный, анализирующий согласованность развития логистической системы и реализацию конкурентной стратегии предприятия как ее базы (слагаемого)	Оценка эффективности создания логистической системы в рекреационной сфере с точки зрения конкурентоспособности базового предприятия (совокупности предприятий)
Интеграционная	Интегрированный, координирующий слагаемые (подсистемы) логистических систем разного уровня	Интеграция подразделений (подсистем) рекреационного предприятия как логистической системы, где ингрессивной целью выступает наиболее полное обслуживание рекреантов

Разработано на основе: [11, с. 27,28; 12, с. 15-17; 13, с. 8, 10]

В сервисной логистике, концептуальные положения которой разработаны сравнительно недавно, основные управляемые потоки – это потоки потребителей услуг, а остальные: кадровые, материальные, финансовые, информационные – выступают в качестве обслуживающих. Рекреационная логистика адсорбирует пригодные для нее принципы обоих логистических направлений (рис. 1). Укажем, что многие принципы традиционной логистики применимы и к оказанию услуг, но при этом подлежат корректировке. Сказанное касается, например, транспортировки материалов к рабочему месту, где к условиям доставки в сервисе предъявляются требования, обусловленные выполнением услуги сразу после заказа на нее.

Итак, основные объекты управления в нашем исследовании – это потоки потребителей рекреационных услуг. К данным услугам относятся и услуги на уровне ежедневного отдыха, носящие краткосрочный характер, а именно: культурно-развлекательные и экскурсионные услуги. Для первых – задачей логистики является только доставка рекреантов к месту проведения мероприятия и обратно. Что же касается экскурсионной услуги, то в качестве рекреационного элемента здесь можно рассматривать само движение по маршруту, поэтому задачи логистики расширяются.



Рис. 1. Рекреационная логистика как производная традиционной и сервисной логистики.

В дальнейшем мы будем рассматривать только потоки потребителей длительных услуг, а именно туристов и лиц, проходящих санаторно-курортное лечение. Заметим, что управление двумя названными потоками отличается, что отражает табл. 2.

Таблица 2. Сравнительная характеристика туристов и лиц, проходящих санаторно-курортное лечение.

Характерные черты потребителей рекреационных услуг как потокообразующих элементов	Туристы	Лица, проходящие санаторно-курортное лечение
Эластичность спроса	Средняя и высокая, особенно при выезде в другой регион (страну)	Средняя и низкая
Значимость целевой и инфраструктурной услуг	Приоритет целевой услуги при существенной значимости инфраструктуры	Роль инфраструктурной услуги невелика. Превалирует целевая услуга.
Вид отдыха	Активно-пассивный. Соотношение активности и пассивности определяется видом туризма	Пассивный, иногда с элементами активного
Использование свободного времени	Часто на дополнительные (не входящие в программу) экскурсии и походы	В основном на дополнительные лечебные процедуры или небольшие прогулки
Избирательность дополнительных культурно-развлекательных услуг	Посещение выставок, картинных галерей, кинотеатров, театров, концертных залов и дискотек	Посещение кино, театральных спектаклей, концертов в основном на территории предприятия, оказывающего целевую услугу
Отношение к транспорту	Возможно использование общегородского транспорта	Специальный заказ на транспорт
Контакт с персоналом	Восприятие персонала как участника отдыха. Степень тесноты определяется многими факторами	Соблюдение дистанции
Круг объектов, используемых в рекламных кампаниях для привлечения рекреантов	Территориально связанные регионы (страны)	Санатории определенного профиля
Масштаб обслуживания	Чаще коллективное	В основном индивидуальное
Факторы, определяющие сложность управления потоками	Активность	Состояние здоровья

Отличия в разных видах рекреации накладывают отпечаток на формы управления потоками потребителей услуг. Как известно, применительно к названным потокам существует прямое и косвенное управление. Прямое управление потоками отдыхающих в санаториях вызывает массу сложностей, так как здесь в большинстве случаев осуществляется индивидуальное обслуживание, что требует установления порядка приема процедур во избежание очередей. Кроме того, не самое лучшее состояние здоровья данных рекреантов требует к ним корректного отношения. Хотя и активность туристов, идущая вразрез с общей тенденцией, может принести персоналу много хлопот.

Косвенное управление представляет собой привлечение отдыхающих за счет различных средств. Но лица, выбирающие санатории, ограничены в выборе и сосредотачиваются лишь на рекреационных

предприятиях, осуществляющих лечение по определенному профилю. Касательно туристов, предлагаемые места посещения определяются по принципу: «Где мы еще не были?» или «Где нам особенно понравилось?»

Укажем, что одним из средств привлечения рекреантов являются нововведения. Для их разработки следует проводить «мозговые штурмы», деловые игры и другие мероприятия обучающего и креативно-стимулирующего характера. Целесообразно хотя бы раз в полгода вносить изменения в технологию обслуживания, что обязательно должно отражаться в рекламе. Конечно, маловероятно, что турист вторично приобретет тот же тур (хотя, как указывалось выше, интересующий его город он может посетить неоднократно), а вот для отдыхающих в санаториях отдых по идентичной путевке вполне вероятен. Что касается туриста, то он может поделиться впечатлениями об отдыхе с людьми, которые участвовали в таком же туре ранее и рекомендовали его. Существует вероятность обмена информацией и с теми, кто пользовался соответствующими услугами в более поздний период.

Потоки рекреантов подвергаются стратегическому, тактическому и оперативному управлению. Стратегическое управление происходит в рамках косвенного управления потоками согласно выбранным элементам стратегии, тактическое – специфично для каждого тура (касательно туристов) и курса лечения (касательно лиц, проходящих санаторно-курортное лечение), оперативное – корректирует движение потребителей при получении ими разных видов услуг.

Следует отметить, что в современных условиях сопряжения продукции и услуг значимую роль приобретают континуумы. При этом рекреационные континуумы весьма разнообразны. Во-первых они специфичны для санаторных и туристских услуг. Во-вторых, варьирование услуг и продукции определяет разные варианты их сочетания. В туристских континуумах в качестве продукции может выступать соответствующее снаряжение: от спортивной обуви и одежды, необходимых для однодневных походов, до рюкзаков и палаток как атрибутов длительного путешествия. Для санаторных континуумов в роли продукции выступают медикаментозные средства.

Что касается услуг-составляющих, то в рекреационной услуге (продукте) их спектр достаточно широк. При этом параметры потоков рекреантов при потреблении ими разных видов услуг значительно различаются (табл. 3).

Таблица 3. Специфика потоков рекреантов при получении ими разных видов услуг.

Вид услуги	Параметры потока рекреантов	Лица, регулирующие (р) и обслуживающие (о) потоки
Проживание	Неравномерность входа-выхода из мест размещения. Ограничение на движение в ночной период	Дежурные в вестибюле и на этажах – р, о
Питание	Интенсивность в период предоставления завтрака, обеда и ужина	Официанты – о
Экскурсионная	Управляемость, подчинение программе перемещения	Экскурсоводы – р, о
Развлекательная	Некоторая стохастичность за счет проявления активности рекреантов	Аниматоры – о
Медицинская	Планируемость в соответствии с работой лечебных подразделений	Врачи, медсестры – р, о

Итак, комплексность рекреационной услуги (продукта) определяет выступление рекреантов в разных ролях: пациентов (скорее свойственно отдыхающим санаториев), покупателей, посетителей музеев и выставок, клиентов предприятий ресторанного хозяйства, потребителей личных (бытовых) услуг и т. д. При этом часть услуг имеет сопутствующий характер, поэтому ими пользуются и другие потребители. Отличия в управлении потоками потребителей-рекреантов и так называемых автономных потребителей представлены в табл. 4.

Таблица 4. Отличия в управлении потоками рекреантов и автономных потребителей при получении ими сопутствующих услуг.

Вид услуги	Автономные потребители		Потребители-рекреанты	
	Цель обращения к услуге	Особенности управления потоками	Цель обращения к услуге	Особенности управления потоками
Ресторанное хозяйство	Удовлетворение потребности в питании, отдых	Превалирует косвенное регулирование потоков, во многих случаях в территориальных рамках	Отдых, знакомство с национальной кухней	Наряду с косвенным регулированием потоков сторонними предприятиями существует и соответствующее собственное регулирование в связи с предоставлением дополнительных (неоплаченных) ресторанных услуг. Прямое регулирование осуществляется «своим» рекреационным предприятием во временном плане
Бытовая (личная)	Периодическое потребление с целью гигиены	Косвенное регулирование потоков обычно в территориальных рамках	Знакомство с местными особенностями производства услуг	Регулирование потоков во временных интервалах, определяемых режимом оказания основных и оплаченных дополнительных услуг
Торговля	Приобретение необходимых товаров широкого ассортимента	Косвенное регулирование потоков	Приобретение товаров гигиены и сувениров	Наличие многочисленных торговых точек определяет косвенное регулирование потоков. Незначительное прямое регулирование обусловлено временными интервалами разной величины

Выводы. Рекреационная логистика формируется на стыке традиционной и сервисной логистики. Принципы традиционной логистики, основанные на интеграционной парадигме, применяются при формировании рекреационного продукта, сервисной – при управлении потоками рекреантов. Потоки рекреантов могут иметь и краткосрочный, и долгосрочный характер. Последние включают потоки туристов и отдыхающих санаториев. Сложность управления потоками туристов обуславливается их активностью как возможностью противодействия общей тенденции. Состояние здоровья лиц, проходящих санаторно-курортное лечение, определяет их потенциальную неудовлетворенность отношением персонала и качеством обслуживания, что создает трудности в управлении соответствующими потоками рекреантов. Комплексность рекреационного продукта, в состав которого входят услуги питания и проживания, а также культурно-развлекательные (в том числе экскурсионные), спортивно-оздоровительные и медицинские услуги, обуславливает разноплановость параметров потоков рекреантов при получении ими разных видов услуг. Пользование рекреантами сопутствующими услугами имеет ряд отличий в сравнении с «автономными потребителями», обусловленных главной целью их путешествия.

Источники и литература:

1. Пискун Д. Н. Логістика рекреації : [Електронний ресурс] / Д. Н. Пискун. – Режим доступу : intkonf.org/piskun-dn-ilynitskiy-yu-s-logistika-rekreatsiyi/
2. Циганюк Н. Є. Роль регіонального маркетингу в розвитку рекреаційних логістичних систем / Н. Є. Циганюк // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доповідей VIII міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : Нац. ун-т “Львівська політехніка”, 2010. – С. 539-540.
3. Донской Д. В. Планирование и оптимизация рекреационных предприятий на основе анализа и прогнозирования потоков рекреантов / Д. В. Донской // Економічний простір. – 2009. – № 22/1. – С. 278-286.
4. Банько В. Г. Туристська логістика : навч. посіб. / В. Г. Банько. – К. : Дакор, КНТ, 2008. – 204 с.
5. Гвозденко А. А. Логистика в туризме : учеб. пособие / А. А. Гвозденко. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 272 с.
6. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / С. В. Мельниченко. – К. : Київ: нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 493 с.
7. Новиков Д. Т. Логистика туристического предприятия : учеб. пособие / Д. Т. Новиков, И. А. Соколов. – М. : Изд-во Российской экономической академии им. Г. В. Плеханова, 2006. – 72 с.
8. Одинцова Т. Н. Методологические основы управления логистической системой туристского обслуживания : дисс. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Т. Н. Одинцова. – СПб. : С.-Петербург. Гос. инженерно-экономический ун-т, 2011. – 399 с.
9. Смирнов І. Г. Логістика туризму : навч. посіб. / І. Г. Смирнов. – К. : Знання, 2009. – 444 с.
10. Хачетлева Ф. А. Активизация развития сферы туризма на основе совершенствования ее коммуникативной подсистемы : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Ф. А. Хачетлева. – Майкоп : Майкопский гос. технол. ун-т, 2010. – 27 с.
11. Григорьев М. Н. Логистика: базовый курс / М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. – М. : Юрайт, 2011. – 782 с.
12. Логистика / Б. А. Аникин и др.; под ред.: Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. – М. : ТК Велби; Проспект, 2007. – 408 с.
13. Неруш Ю. М. Логистика : учеб. / Ю. М. Неруш. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, 2007. – 520 с.