

БӨЛІМ: ЖАЛПЫ РУБРИКА

Туризм және логистикалық бизнес

ЖАРИЯЛАНДЫ
10.05.2024СІЛТЕМЕ
https://bilimger.kz/152993/

Орындаған: Бейсенғали Нұрай Кенжебекқызы

Тақырыбы: «Туризм және логистикалық бизнес»

Аңдатпа: Мақалада туризмдегі логистика, логистиканың маңызы, міндет, мақсаттары, одан бөлек Іскерлік логистиканың не екендігі қарастырылған. Экономикадағы логистиканың орны, дамуы мен қазіргі таңда ерекшелігі айшықталып, мақалада зерттеу тұжырымдамасы жазылған.

Кілттік сөздер: іскерлік логистика, туризм, көлік, тұтынушылық қызметтер, экономика, ақпарат, туристер.

Туризм және логистикалық бизнес

Ең алдымен логистиканың өз алдына не білдіретінін анықтайтын болсақ, оның басты міндеті — өнімді тұтынушыға жеткізу шығындарын азайту. Бұл жағдайда жарнамалық логистикаға көп көңіл бөлу керек. Жарнамалық қызметтің бағыттарын, жарнаманың басым әдістерін, статистикалық мәліметтерге негізделген маркетингтік зерттеулерді нақты бөліп көрсету қажет. Шығындарды азайту және туристік өнімнің сапасын қамтамасыз ету бойынша барлық жүйелер жұмыс істеуі керек екендігі былай-ақ белгілі дүние. Фирмада логистиканың жақсы жұмыс істеуі үшін әр жағдайда нақты сұрақтар қою жүйесі қолданылады, яғни, белгілі бір міндеттер мен талаптар қойылады. Жоғарыда айтылғандардан басқа, логистика сапа мен қауіпсіздік міндеттерін заңды жауапкершілікпен байланыстырады. Компания қойған кез-келген тапсырманы орындау кезінде бұл тапсырманы құқықтық негіздемемен байланыстыру процесі үнемі жүреді. Сонымен, дамудың қазіргі кезеңінде логистика сұранысты толық қанағаттандыру үшін өндірісте, көлікте, таратуда материалдық және ақпараттық ағындарды басқарудың кешенді жүйесін әзірлеу және енгізу мәселесі шешілетін экономика саласындағы бағытты білдіреді. Бұл тұста «Іскерлік логистика» сияқты термин де ерекшеленеді. Іскерлік логистика деп жүк ағындарын жоспарлауға, ұйымдастыруға, тиімді басқаруға,

оларды компанияның белгілі бір стратегиясын іске асыру мақсатында жүзеге асыруға, сондай-ақ экономика секторларының бірінде тауарлар мен қызметтер нарығының қажеттіліктерін орындауға бағытталған әдістемелік ережелер, техникалық құралдар, белгілі бір әрекеттер жүйесі болып табылады.

Туристік фирма ерекше, экзотикалық бағытты дамытып, сол турды дайындайды делік, мысалы, Африка елдерінің бірінде аң аулау. Осыған байланысты логистиканың міндеті сапарда туындауы мүмкін барлық мәселелерді алдын-ала шешу. Осыған сүйене отырып, сұрақтар қойылады, мәселен фирма туристердің қауіпсіздігіне кепілдік бере ала ма және олардың қауіпсіздігі мен денсаулығы үшін жауапкершілікті өз мойнына алу заңды ма? Әрі қарай, осы іс-шараның қабылдаушы елдің заңнамасы мен жергілікті әдет-ғұрыптарды бұзбайтындығын қарастырып, содан кейін мұның бәрін маршрутты жоспарлаумен және оны жүзеге асыру кезінде туындауы мүмкін өзгерістермен байланыстыру керек.

Көлік — әр елдің экономикасындағы негізгі салалардың бірі. Адамзат өркениеті тарихында дөңгелектің өнертабысы революциялық рөл атқарғанын білеміз. Бүгінгі таңда әлемнің әртүрлі елдерінің көлік жүйелері географиялық орналасуы, табиғи-ресурстық әлеуеті, климаты, ландшафты және т.б. сияқты факторларды ескере отырып, өзіндік ерекшеліктерге ие. Сондықтан әр түрлі елдерде көлік кешенінің құрылымы әр түрлі. Мысалы, жазық елдер, ең алдымен, теміржол және автомобиль көлігін дамытады. Егер елде көптеген өзендер мен көлдер болса, су көлігі, яғни кеме, қайықтары белсенді жұмыс істейді. Теңіздер мен мұхиттарға шығатын елдер міндетті түрде теңіз көлігін пайдаланады. Таулы елдер мен аумағы үлкен елдер әуе көлігін белсенді дамытуда. Бұл сипаттамалар туризмге әсер етеді, әсіресе халықаралық, ол бұрын да, қазір де көліксіз мүмкін емес. Өз кезегінде туризмді дамыту көлікті дамытуды талап етеді. Сонымен, экономикалық қызмет түрлері бойынша іскерлік заңдылықтың келесі бағыттарын ажыратуға болады, олар көлік, сауда, өнеркәсіптік, ауыл шаруашылығы, туристік, құрылыс.

Туризмдегі логистика тұжырымдамасы қатысушылардың жеке қызметін өзгерту болып табылады, жүйелі интеграцияланған қызметтің пайдасына туристік өнімді қалыптастыру, жылжыту және сату. Туризмдегі логистика — турды қалыптастыру, дайын өнімді соңғысының мүдделері мен талаптарына сәйкес тұтынушыға жеткізу процесінде, сондай-ақ тиісті ақпаратты беру, сақтау және өңдеу процесінде жасалатын операцияларды жоспарлау, бақылау және басқару туралы ғылым екенін түсінген жөн. Іскерлік логистикада ақпараттық ағындар мен бөлуді басқару маңызды рөл атқарады. Іскерлік логистиканың тағы бір ерекшелігі – кәсіпкерліктің әртүрлі функцияларына жататын қызмет түрлерін біріктіру. Бірінші кезекте бұл әртүрлі бөлімшелердің қызметін үйлестірудің сәйкес келмеуі нәтижесінде алынған қосымша шығындарды болдырмауға мүмкіндік береді. Туризм саласындағы логистикалық жүйе келесі элементтерді қамтиды.

Олар ақпарат, былай айтқанда турларды жоспарлау, тапсырыстарды өңдеу, сұранысты болжау. Екінші, туристерді тасымалдау, көліктің қолайлы түрін тасымалдаушы компанияны таңдау қажеттілігі. Үшінші қызмет көрсету персоналы, бұл логистикалық жүйенің маңызды элементі. Персонал іздеу және таңдақға ерекше назар аударылады. Кейін қызмет көрсету өндірісі, қызмет көрсетумен айналысатын логистикалық бөлімшелер турды қалыптастыру, тұтыну қызметтерін көрсетуі қажет.

Туризм логистикасының кешенді құрылымы оның компоненттік, аймақтық және функционалдық құрылымдарын қамтиды. Компоненттік құрылымға мыналар жатады, рекреациялық-туристік ресурстардың (туризмнің ресурстық базасының) логистикасы. Екінші туризмнің материалдықтехникалық базасының логистикасы, оның ішінде туристерді орналастыру (қонақ үй шаруашылығы) және тамақтану, яғни мейрамхана шаруашылығы салаларының логистикасы. Үшіншісі ақпараттық инфрақұрылым логистикасы. Төртінші, экскурсиялық қызмет көрсету логистикасы. Бесінші, Туризмдегі ілеспе қызметтердің логистикасы және соңғы туристік тауарларды өндіру және өткізу логистикасы.

Туризм логистикасының аймақтық құрылымы оның алты деңгейлі аймақтық (геокеңістіктік) жүйелерін көрсетеді. Олар Жергілікті (тур логистикасы), микро деңгей (туристік фирманың логистикасы), мезо деңгей (туристік және курорттық аймақтардың, туристік ауданның логистикасы), макродеңгей (елдің туристік саласының логистикасы), мегауровна (әлемнің туристік макроөңірлерінің логистикасы), метаривня (әлемдік туризм логистикасы). Туризм логистикасының функционалдық құрылымы жабдықтау логистикасы, өндіріс және сату логистикасы сияқты дәстүрлі компоненттерді қамтитынын есте сақтау керек.

Қызмет өндірушілер туризм саласындағы бірінші кезең болып табылады. Осыдан кейін туроператорлар туристерге арналған өнімді жасайды және оны туристік фирмалар мен агенттіктерге қайта сатады, олар өз кезегінде оны соңғы тұтынушыларға сататын бөлшек сауда кәсіпорындары болып табылады. Демек, туроператорлар негізінен заңды тұлғалармен жұмыс істейді. Сондай-ақ, туроператорлар кешенді туристік өнімді қалыптастырады, оның ішінде, негізгі санаторлық, қонақ үй қызметтері. Екіншіден қосымша қызметтер, олар емдеу — профилактикалық, спорттық, сауықтыру және мәдени ойын-сауық болуы мүмкін. Үшіншіден ілеспе қызметтер, қарапайым тілде сауда, байланыс, банктік қызметтер, көлік. Туризмдегі ақпараттық компонент айтарлықтай үлесті алады. Логистика мен логистикалық ағындардағы ақпарат бұқаралық ақпарат құралдарындағы, интернеттегі және ақпараттық технологиялардағы жарнамадан басталатын негізгі буын болып табылады, ол логистикадағы негізгі ағымдарды, яғни ақпараттық, қаржылық, материалдық және сервисті анықтайды және іске қосады.

Айта кету керек, туризмге халық экономикасының жеке ірі және тәуелсіз экономикалық кешені ретінде қарау керек, өйткені бұл сала әртүрлі салалардың

кәсіпорындары мен фирмаларын қамтитын кең кеңістікті қамтитын әртүрлі салаларды біріктіреді. Туристер өз кезегінде сатып алушылар рөлінде болады, мұнда әркім демалыс кезінде барлық қажеттіліктерін қанағаттандыруға тырысады. Қызметтерге, тауарларға және әртүрлі туристік жұмыстарға ақы төлеу арқылы туристердің саяхатқа деген сұранысы қалыптасады, сондықтан саланың өзі осы жолмен қаржыландырылады.

Туризм индустриясында логистикалық жүйені қалыптастыру кезінде ескеру қажет маңызды факторлар туристік фирманың филиалдары және олардың арасындағы байланыс болып табылады.

Сұраныстарды өңдеу нәтижесі компания кеңселерінің саны мен орналасуына тікелей байланысты. Филиалдардың қажетті және жеткілікті саны ықтимал қызмет көрсетілетін туристердің нақты санын ескере отырып, қол жетімді және тартымды жерлерде орналастырылуы керек. Жұмыс жедел және уақыт шығындарынсыз жүзеге асырылуы үшін логистикалық жүйеге кіретін барлық бөлімшелердің жақсы ақпараттық, бақылау және көлік желісімен байланысты болуы керек. Ақпараттық байланыс дұрыс және жақсы жұмыс істеуі керек, бұл заманауи компьютерлік технологияларды жасауға мүмкіндік береді. Туристік фирмалардың қызметкерлері, менеджерлер және іскерлік логистика саласындағы мамандар жалпы кәсіпкерлік проблемаларын білуі және анықтай алуы керек, сондай-ақ логистикалық жүйенің бір саласында нақты шешім қабылдау бүкіл жүйенің жұмысына әсер ететінін ескеруі керек. Туризмдегі іскерлік логистика тұтынушыларға қызмет көрсетумен тығыз байланысты және алдын-ала белгіленген шығындар мен қызмет көрсету параметрлері бойынша нарықтағы туристік өнімді ұсынуды ескереді. Осылайша, туризмнің логистикалық жүйелерінде нарықтық аспектілер бар деп айтуға болады. Яғни, турды құру, сату, тұтынушыларға қызмет көрсету процестері арасындағы тікелей байланыс іскерлік логистиканы тиімді басқаруды дамытудың негізгі талабы болып табылады. Бұдан шығатыны, логистикалық жүйені басқару, бұл ақпаратты пайдалану, компания арналары арқылы туристер ағынын жылжыту, қызмет көрсетудің түпкілікті нәтижесін жасау бойынша барлық іс-шараларды қамтитын ерекше қағида.

Туристік фирмалардың қызметкерлері, менеджерлер және іскерлік логистика саласындағы мамандар жалпы кәсіпкерлік проблемаларын білуі және анықтай алуы керек, сондай — ақ логистикалық жүйенің бір саласында нақты шешім қабылдау бүкіл жүйенің жұмысына әсер ететінін ескеруі керек. Туризмдегі іскерлік логистика тұтынушыларға қызмет көрсетумен тығыз байланысты және алдын-ала белгіленген шығындар мен қызмет көрсету параметрлері бойынша нарықтағы туристік өнімді ұсынуды ескереді. Осылайша, туризмнің логистикалық жүйелерінде нарықтық аспектілер бар деп айтуға болады, яғни, турды құру, сату, тұтынушыларға қызмет көрсету процестері арасындағы тікелей байланыс іскерлік логистиканы тиімді басқаруды дамытудың негізгі талабы болып табылады. Бұдан шығатыны, логистикалық

жүйені басқару — бұл ақпаратты пайдалану, компания арналары арқылы туристер ағынын жылжыту, қызмет көрсетудің түпкілікті нәтижесін жасау бойынша барлық іс-шараларды қамтитын ерекше қағида.

Туристік фирманың өзінде тактикалық және стратегиялық жоспарларды бөлуге болады, яғни екі негізгі бағыт бар, олар өнімді әзірлеу, құру және оны сату. Тиісінше, компаниялар туристік агенттер мен туристік операторларға бөлінеді. Туристік агенттер тұтынушыларға қызмет көрсетуге бағытталған. Олардың стратегиясы сату мен маркетингті талап етеді. Негізгі міндеттері ретінде клиенттердің сұраныстарын қанағаттандыру және қызметтердің сапасын бақылау-баға саясатымен, сату саласындағы ықпалды орнатумен байланысты. Техникалық қызмет көрсету міндетін анықтағаннан кейін қажетті өндірістік шешімдер орындалады. Олар туристік операторлармен айналысады. Логистикалық стратегияны әзірлеу әдістерінің бірі, шығындар мен пайда арасындағы тепе-теңдікті талдау анықталады. Сондай-ақ, кешенділік қосылады, қызмет провайдерлерінің саны, тапсырыстардың түсу көздері, компанияның филиалдары мен өкілдіктері, ұсынылатын қызметтердің әртүрлілігі мен маусымдылығы. Алайда, бұл операцияларды жүзеге асырудағы күрделілік пен белгісіздікті арттырады, бұл бүкіл процесті мәні бойынша және басқаруда қайта құру қажеттілігін тудырады.

Қорытындыда ел ішіндегі туризмге келетін болсақ, өзекті мәселенің бірі-көлік компонентін қамтамасыз ету. Бұл проблема әуе қатынасы, теміржол және су, сондай-ақ автомобиль қатынасы, автомобиль жолдарының құрылысына қатысты. Ел ішіндегі ауа ағындарын ұйымдастырудың жоғары деңгейіне байланысты, бұл халықаралық тасымалдармен салыстырғанда ел өңірлерінде туризмнің дамуын шектейтін негізгі факторлардың бірі болып табылады. Сондай-ақ, келесі мәселелер шешілмеген, мысалға теміржол тасымалының тапшылығы, бағаны көтеру. Бұл проблемаларды шешу ел ішінде туризмді дамытуға үлкен мән береді деп білеміз.

Осылайша, логистикалық жүйе әртүрлі компаниялардың практикалық қызметінде кеңінен қолданылуда. Туристік индустрияда оны басшылық туристік өнімді өндіру шығындарын азайту мақсатында туристік және ақпараттық ағындарды басқарудың тиімді мотивациялық тәсілі ретінде қарастырады. Фирманың экономикалық стратегиясының негізінде логистика бәсекелестік құрал ретінде қолданылады және қаржылық, адами ресурстарды іске асыру, орналастыру, бақылау үшін басқарушылық логика ретінде қарастырылады. Бұл тәсіл нарықты логистикалық қамтамасыз ету мен өндірістік стратегияны тығыз үйлестіруге ықпал етеді. Егер қойылған мақсаттарға қол жеткізуге болатын болса, нәтижесінде компания белгілі бір нарықта қажетті уақытта ұсынылатын сұранысқа ие турпакеттердің қажетті санын алады, тапсырыстар мен көлік қызметін сәтті синхрондайды.

ҚМ АА Куәлік нөмірі: **KZ45VPY00102718** — ҚР Мәдениет және Ақпарат министрлігі

© 2026 **Bilimger.kz** Ақпараттық-танымдық білім порталы. Барлық мазмұн авторлық құқықпен қорғалған.