

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОГО КРУИЗНОГО ТУРИЗМА

В статье рассмотрены вопросы применения элементов транспортной логистики для маркетинговой стратегии туристской круизной компании, участвующей в международном туристском бизнесе. В логистике международного круизного туризма объектом исследования выступают потоки организованных туристов. Сложность и специфичность цепей поставок в международном круизном туризме обуславливают применение концепции комплексности цепочек поставок. Такой подход базируется на применении матрицы Кралича, которая оценивает уровень комплексности через сравнение двух факторов – процесса выбора поставщика и его оценку на основании определения степени риска в такой поставке.

Ключевые слова: международный круизный туризм, маркетинговая стратегия, транспортная логистика, туристские круизные компании, комплексность цепочек поставок, матрица Кралича.

S.N. Sokolov,
E.A. Rzhepka

APPLICATION OF TRANSPORT LOGISTICS SYSTEMS FOR INTERNATIONAL CRUISE TOURISM

The article discusses the application of elements of transport logistics for the marketing strategy of a tourist cruise company involved in the international tourism business. Organized tourist flows are the object of research in the logistics of international cruise tourism. The complexity and specificity of supply chains in international cruise tourism determine the application of the concept of supply chain complexity. This approach is based on the application of the Kraljic matrix. It evaluates the level of complexity by comparing two factors of the supplier selection process and evaluating it based on determining the degree of risk in such a supply.

Keywords: international cruise tourism, marketing strategy, transport logistics, tourist cruise companies, supply chain complexity, Kraljic matrix.

В современных рыночных условиях сфера международного туристского бизнеса с каждым годом играет все более значительные роли. Туристские фирмы сильнее и сильнее «завоевывают» свой сегмент на мировом рынке, расширяя его диапазон. Целью данного исследования является разработка комплексного подхода к анализу особенностей реализации систем транспортной логистики для туристской круизной компании, участвующей в международном бизнесе.

Круизный туризм представляет собой территориально-экономический комплекс, который необходимо рассматривать как пространственную систему, охватывающую достаточно большие территории, находящиеся в интеграции с другими системами: туристской, транспортной, безопасности и мегасредой [2]. Круизы включают в себя сразу несколько функциональных направлений, таких как познавательный, оздоровительный, спортивный, экологический, гастрономический, событийный и другие, в зависимости от программы [34]. На теплоходах и яхтах проводится огромное количество самых разнообразных программ.

В условиях жесткой конкуренции за «кошелек потребителя», возникает необходимость проводить глубокое изучение механизмов функционирования деятельности туристских компаний, а в силу высокой насыщенности рынка международных туристских услуг, логистика приобретает особое значение.

Развитие транспортной системы базируется на инновационных технологиях и глобальной конкурентоспособности. Конкурентные возможности региональной системы зависят от социальных, экономических, научно-технических, экономико-географических, рекреационных, экологических и других условий [8]. Поскольку туристские услуги имеют специфические признаки, которые существенно отличают их от других услуг, это и обуславливает специфику маркетинга в сфере туризма.

Туристский маркетинг обеспечивает наиболее полное удовлетворение потребностей туристов, помогает предвидеть возможные изменения в структуре этих потребностей, а также влияет на них [9]. Во время круиза особое внимание уделяется качеству обслуживания, и все сотрудники туристской круизной компании должны быть уверены в том, что смогут обеспечить пассажирам превосходные впечатления от круиза. В современном мире логистика играет ведущую роль во многих сферах деятельности человека, и особенно в экономике [1]. В условиях глобальных перемен логистические системы претерпевают существенные изменения. Организации осуществляют стратегическое развитие путем расширения логистической и эксплуатационной деятельности, разработки новых услуг и товаров, освоения новых рынков, повышения эффективности систем логистики, эксплуатации и сбыта реализуемых продуктов [3].

В современных условиях развития экономики существенно возрастает роль логистики, которая позволяет оптимизировать потоковые процессы [33]. Логистическая система в сфере международного туризма заключается в перемещении потребителей из регионов спроса в регионы потребления туристских услуг в нужное время и с максимальной безопасностью. В туристских направлениях транспортные возможности обычно ограничены и определяются инфраструктурой с недостаточной пропускной способностью и плохой проницаемостью границ [6].

В логистике международного туризма объектом исследования выступают не просто туристские потоки, а потоки организованных туристов. Для управления этими потоками используются логистические операции – любые действия, связанные с оптимизацией движения туристских потоков и сопутствующих им материальных, информационных и финансовых потоков на основе концепции интегрированной логистики. Примерами логистических операций могут быть:

определение оптимального количества групповых и индивидуальных туров с разбивкой их по сезонам или месяцам; система мероприятий для обслуживания туристов; доставка туристов до мест отдыха и обратно различными видами транспорта (авиаперевозки, водные речные и морские пути, железнодорожные и автомобильные перевозки и др.). Там, где развитие туризма опирается на систему государственной поддержки и правильно регулируется, доходы от туризма являются одним из главных источников жизнеобеспечения местного населения, сохранения окружающей среды [7].

Сложность и специфичность цепей поставок в международном круизном туризме обуславливают необходимость применения в транспортной логистике концепции «комплексности цепочек поставок в круизной индустрии» как общей методологической базы этого новейшего направления логистики (англ. «concept of supply chain complexity in the cruise industry») [12; 14; 16]. Эта концепция комплексности может базироваться на уровне сформированности систем транспортной логистики и уровне ее гибкости. Концепция управления цепочкой поставок изначально представлена как основа для углубленного изучения основных операционных компонентов [11].

Такой подход относительно уровня комплексности систем транспортной логистики базируется на применении матрицы П. Кралича [13]. Он впервые применил портфельный подход для определения набора дифференцированных стратегий закупок. Основная идея заключается в минимизации риска предложения и максимальном использовании покупательской способности [5]. Матрица Кралича часто называется инструментом категорийного менеджмента на предприятии [4]. Она оценивает уровень комплексности цепочек поставок в международном круизном туризме через сравнение двух факторов – процесса выбора поставщика и его оценку на основании определения степени риска в такой поставке. Подход Кралича включает в себя построение матрицы портфеля, которая классифицирует продукты на основе двух измерений: влияния на прибыль и риска поставок («низкий» и «высокий»). В результате получается матрица 2x2 и классификация по четырем категориям: «узкое место», «некритичные», «рычаги влияния» и «стратегические товары». Каждая категория требует особого подхода к поставщикам. Такая матрица является эффективным инструментом для обсуждения, визуализации и иллюстрации возможностей дифференцированных стратегий закупок и поставщиков.

Логистика и управление цепями поставок является важной составляющей круизных операций, несмотря на то, что круизные компании почти не занимаются вопросами обеспечения потребностей потока круизных туристов как при попадании на круизное судно, так и после окончания круизного путешествия [10]. Удовлетворение потребностей гостей – это главный фактор продаж, поэтому туристской круизной компании необходимо уметь создавать уникальный, но в то же время стандартизированный продукт, продавая его по устойчивой цене.

Логистические операции на борту круизного лайнера представляют собой непрерывный поток интенсивных мероприятий. Управление цепочкой поставок на круизных судах можно определить, как своевременную координацию поставок в ожидании спроса для обеспечения высокого качества предоставляемых

услуг. У круизных лайнеров множество специфических проблем, первая из которых связана как раз с цепочками поставок. Маршруты круизных лайнеров охватывают все основные туристические рынки и зависят от сезонности, а также от ежегодной корректировки спроса [15].

Крупные круизные корпорации представлены как на массовом рынке, так и в специализированных круизах, как морских, так и речных. Кроме того, на туристском рынке возможны удачные взаимоотношения между крупными, средними и малыми туристскими предприятиями разных стран и регионов мира.

Гибкость цепей поставок в международном круизном туризме и в круизной компании разделяются на внутренние и внешние типы гибкости. Относительно уровня рассматривают два типа гибкости систем транспортной логистики – внутреннюю и внешнюю. Внутренняя гибкость определяется, как поведение организации, что определяет ее компетентность, а внешняя гибкость – как возможности организации по оценке покупателей (таблица).

Уровни, типы и примеры внутренней гибкости для туристской круизной компании

Уровни внутренней гибкости	Типы гибкости	Примеры применения туристской круизной компанией
по транспортным средствам	видовая	круизные корабли должны быть кастомизированы согласно требованиям покупателей
по транспортным узлам	узловая	компания осуществляет значительный интегрированный сервис как на борту корабля, так и на берегу
по транспортным линиям	линейная	различные локации могут обслуживаться по-разному согласно рыночным условиям
по мощности	объемная	компания может изменять маршруты и объемы деятельности согласно рыночным изменениям
по маршруту	маршрутная	компания обеспечивает географическую диверсификацию бизнеса
по коммуникабельности	информационная	компания имеет технологию и персонал для управления информацией любого типа и т.п.

Туристская круизная компания имеет ограниченный уровень гибкости, поскольку она сфокусирована на предоставлении узкоспециализированных услуг определенного типа для определенных туристов (т.е. круизного туризма). В связи с этим, туристская круизная компания не заинтересована в стратегиях транспортной интермодальности (т.е. в использовании различных видов транспорта кроме морского или речного), в то же время она стремится к более тесному сотрудничеству с туристскими агентствами с целью обеспечения более полного интегрированного сервиса для круизных туристов.

Таким образом, разработка маркетинговой стратегии туристской круизной компании должна стать основным средством удовлетворения потребности потребителя и, как следствие, эффективной работы самого туристского предприятия. Совершенствование процесса функционирования логистической си-

стемы управления туристской круизной компании может способствовать снижению логистических затрат, оптимизации туристских маршрутов и позволит повысить конкурентоспособность транспортных услуг и логистического сервиса круизных туристов на любом морском или речном бассейне.

Список использованной литературы

1. Бауэрсокс Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д.Дж. Бауэрсокс, Д.Дж. Клосс. – 2-е изд. [пер. с англ. Н.Н. Барышниковой, Б.С. Пинскера]. – Москва : Олимп-Бизнес, 2006. – 639 с.
2. Безрукова Н.Л. Системный подход к оценке качества речного круизного продукта / Н.Л. Безрукова // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10, № 3 (64). – С. 184–198. – DOI: 10.12737/20110.
3. Бородулина С.А. Особенности и параметры стратегического взаимодействия аэропортов и авиакомпаний / С.А. Бородулина, А.Р. Панкратова // Логистика: современные тенденции развития : материалы XVII Междунар. науч.-практ. конф. – Ч. 1. – Санкт-Петербург : ГУМ РФ им. адмирала С.О. Макарова, 2018. – С. 62–67.
4. Бурлакова И.В. Применение категорийного менеджмента в процессе закупок на производственных предприятиях / И.В. Бурлакова, Д.А. Карх, Л.С. Ружанская // Управленец. – 2019. – Т. 10, № 6. – С. 54–66. – DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-6-5.
5. Коннычева А.В. Матрица Кралича как метод принятия решений в закупочной логистике / А.В. Коннычева // Вопросы студенческой науки. – 2020. – № 5 (45). – С. 140–144.
6. Кузнецова Э.А. Проницаемость границ и транспортно-географическое положение территории ХМАО – Югры / Э.А. Кузнецова, С.Н. Соколов // География и природные ресурсы. – 2019. – № S5 (159). – С. 133–138. – DOI: 10.21782/GIPR0206-1619-2019-5(133-138).
7. Соколов С.Н. Рекреационные географические кластеры и проблемы их конкурентоспособности / С.Н. Соколов // Вестник Нижневартковского государственного гуманитарного университета. – 2011. – № 2. – С. 22–30.
8. Соколов С.Н. Туристско-рекреационные кластеры и их конкурентоспособность / С.Н. Соколов // Туризм в глубине России : сб. тр. Междунар. науч. семинара. – Пермь : Перм. гос. ун-т, 2010. – С. 10–16.
9. Соколов С.Н. Туристский маркетинг и территориальные рекреационные системы сибирских регионов / С.Н. Соколов, Э.А. Ржепка // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2023. – Т. 12, № 4 (45). – С. 63–66. – DOI: 10.57145/27128482_2023_12_04_12.
10. Чудновский А.Д. Логистические аспекты развития круизного туризма / А.Д. Чудновский, Л.С. Федоров, М.В. Мальцева, А.В. Кормишова // Modern Economy Success. – 2020. – № 6. – С. 230–236.
11. Bowersox D.J. Supply chain logistics management / D.J. Bowersox, D.J. Closs, M.B. Cooper. – Boston ; Toronto ; London : McGraw-Hill, 2002. – 656 p.

12. Gelderman C.J. Strategic direction through purchasing portfolio management: a case study / C.J. Gelderman, van A.J. Weele // Journal of Supply Chain Management. – 2002. – Vol. 38, No. 2. – Pp. 30–37.

13. Kraljic P. Purchasing must become supply management / P. Kraljic // Harvard Business Review. – 1983. – Vol. 61, No. 5. – Pp. 109–117.

14. Vaggelas G.K. Analysing the supply chain strategy of the cruise industry: the case of a small cruise company / G.K. Vaggelas, I.N. Lagoudis // International Association of Maritime Economists Conference. – Lisboa : PortEconomics.eu. – 2010. – URL: <https://www.researchgate.net/publication/269094187> (дата обращения: 24.10.2025).

15. Véronneau S. Global service supply chains: an empirical study of current practices and challenges of a cruise line corporation / S. Véronneau, J. Roy // Tourism Management. – 2009. – Vol. 30, No. 1. – Pp. 128–139. – DOI: 10.1016/j.tourman.2008.05.008.

16. Zhou J. The concept of the cruise supply chain and its characteristics: an empirical study of China's cruise industry / J. Zhou, S.L. Chen, W. Shi // Maritime Business Review. – 2022. – Vol. 7, No. 3. – Pp. 196–221. – DOI: 10.1108/MABR-06-2021-0046.

Информация об авторах

Соколов Сергей Николаевич – профессор, кафедра географии, Нижневартковский государственный университет, г. Нижневартовск, e-mail: snsokolov1@yandex.ru.

Ржепка Элина Анатольевна – доцент, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; старший научный сотрудник, Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, г. Иркутск, e-mail: rzhepkaea@bgu.ru.

Authors

Sokolov Sergey Nikolaevich – Professor, Chair of Geography, Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk, e-mail: snsokolov1@yandex.ru.

Rzhepka Elina Anatolyevna – Associate Professor, Department of World Economy and Economic Security, Baikal State University, Irkutsk; Senior Researcher, V.B. Sochava Institute of Geography, Siberian Branch, Russian Academy of Sciences, Irkutsk, e-mail: rzhepkaea@bgu.ru.