

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет управління та бізнес-дизайну

Кафедра управління та смарт-інновацій

Випускна бакалаврська робота

На тему:

«Управління логістичними системами туристичного підприємства»

Виконала: студентка групи: БМТБ 1-19

Спеціальності: 073 Менеджмент

Освітньої програми: Туристичний бізнес

Дарина КОВТУН

Керівник: д.е.н., професор Алла КАСИЧ

Київ-2023

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
Факультет управління та бізнес-дизайну
Кафедра управління та смарт-інновацій
Спеціальність 073 «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри УСІ
проф. Касич А.О.
_____ || _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
Ковтун Дарині Олександрівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Управління логістичними системами туристичного підприємства
Науковий керівник роботи Касич Алла Олександрівна, д.е.н., професор
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 08.11. 2022 року № 224-уч

2. Строк подання студентом роботи 01 червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи Законодавчо-нормативні акти України, статистичні щорічники, підручники, посібники, монографії, фахові наукові видання, словники, дані фінансової та нефінансової звітності Expedia Group, комплекс економічних показників, організаційна структура управління.

4. Зміст бакалаврської роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні основи управління логістичними системами туристичного підприємства. 1.1. Роль логістичної системи в розвитку туристичного підприємства. 1.2. Особливості управління логістичними системами у підприємстві. 1.3. Чинники ефективного управління логістичними системами туристичного підприємства.
Розділ 2. Дослідження процесу управління логістичними системами туристичного підприємства Expedia Group. 2.1. Комплексна характеристика діяльності підприємства Expedia Group. 2.2. Аналіз позицій підприємства на ринку туристичних послуг. 2.3. Аналіз логістичних систем підприємства Expedia Group.
Розділ 3. Удосконалення системи управління логістичними системами у туристичному підприємстві. 3.1. Логістична стратегія в системі управління підприємства. 3.2. Напрями підвищення ефективності управління логістичною системою.

5. Консультанти розділів випускної бакалаврської роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Касич А.О., професор		
Розділ 1	Касич А.О., професор		
Розділ 2	Касич А.О., професор		
Розділ 3	Касич А.О., професор		
Висновки	Касич А.О., професор		

7. Дата видачі завдання 08.11.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів випускної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	01.03 – 20.03.2023	виконано
2	Розділ 1. Теоретичні основи управління логістичними системами туристичного підприємства	21.03- 15.04.2023	виконано
3	Розділ 2. Дослідження процесу управління логістичними системами туристичного підприємства «Expedia Group»	16.04-31.04.2023	виконано
4	Розділ 3. Удосконалення системи управління логістичними системами у туристичному підприємстві	02.05 – 26.05.2023	виконано
5	Висновки	02.05 – 26.05.2023	виконано
6	Оформлення бакалаврської роботи (чистовий варіант)	27.05 – 30.05.2023	виконано
7	Здача бакалаврської роботи на кафедрі для рецензування (за 10 днів до захисту)	до 01.06.2023	виконано
8	Перевірка бакалаврської роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	до 01.06.2023	виконано
9	Подання випускної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	до 05.06.2023	виконано

Студент

_____ (підпис)

Дарина КОВТУН

_____ (ініціали та прізвище)

Науковий керівник
роботи

_____ (підпис)

Алла КАСИЧ

_____ (ініціали та прізвище)

Гарант освітньої
програми

_____ (підпис)

Василь БУГАС

_____ (ініціали та прізвище)

АНОТАЦІЯ

Ковтун Д. О. Управління логістичними системами туристичного підприємства. – Рукопис.

Бакалаврська робота за спеціальністю 073 – «Менеджмент». Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2023 рік.

Випускню бакалаврську роботу присвячено дослідженню управлінню логістичними системами туристичного підприємства. Вивчено та досліджено основні аспекти логістичного управління в туристичній галузі. Проведено аналіз логістичного управління досліджуваного підприємства «Expedia Group». Розроблено ефективні стратегії управління логістичними системами з метою покращення якості обслуговування туристів і оптимізації витрат підприємства.

Ключові слова: управління, логістичні системи, ефективна стратегія управління логістичних систем.

ABSTRACT

Kovtun D. O. Management of logistics systems of a tourist enterprise - Manuscript.

Bachelor's thesis in the specialty 073 - Management. Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2023.

The final bachelor's thesis is devoted to the study of the management of logistics systems of a tourism enterprise. The main aspects of logistics management in the tourism industry have been studied and researched. An analysis of the logistics management of the studied enterprise "Expedia Group" was carried out. Effective strategies for managing logistics systems have been developed in order to improve the quality of tourist services and optimize the costs of the enterprise.

Keywords: management, logistics systems, effective strategy for managing logistics systems.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ СИСТЕМАМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Роль логістичної системи в розвитку туристичного підприємства.....	9
1.2. Особливості управління логістичними системами у підприємстві.....	16
1.3. Чинники ефективного управління логістичними системами туристичного підприємства.....	21
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ СИСТЕМАМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «EXPEDIA GROUP».....	29
2.1. Комплексна характеристика діяльності підприємства Expedia Group.....	29
2.2. Аналіз позицій підприємства на ринку туристичних послуг.....	37
2.3. Аналіз логістичних систем підприємства Expedia Group.....	47
Висновки до розділу 2.....	54
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ СИСТЕМАМИ У ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	57
3.1. Логістична стратегія в системі управління підприємства.....	57
3.2. Напрями підвищення ефективності управління логістичною системою.....	64
Висновки до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальністю теми є дослідження у сучасних умовах розвитку туристичної галузі, управління логістичними системами туристичного підприємства набуває все більшої актуальності та значення. Швидкий розвиток глобалізації, зростання конкуренції та зміни вимог споживачів ставлять перед туристичними підприємствами завдання забезпечення ефективної логістичної діяльності.

По-перше, туризм є сектором господарства, що постійно зростає, і туристичні підприємства стикаються зі значними викликами в управлінні різноманітними етапами туристичного процесу. Отримання товарів та послуг, їх транспортування, зберігання та розподіл є важливими аспектами успішного функціонування туристичного підприємства.

По-друге, зростання конкуренції в туристичній галузі вимагає ефективного управління логістичними системами для забезпечення якості послуг та конкурентоспроможних цін. Успішна логістика може допомогти підприємствам знизити витрати, підвищити швидкість та точність доставки товарів і послуг, а також забезпечити клієнтам задоволення.

По-третє, зміни в споживацькому поведінці туристів вимагають більш гнучких і швидких логістичних рішень. Клієнти хочуть персоналізованих та індивідуальних послуг, швидкої реакції на їхні потреби та ефективного вирішення проблем. Управління логістикою може забезпечити вчасну поставку товарів та послуг, а також підтримувати зв'язок з клієнтами протягом всього туристичного процесу.

Метою даної бакалаврської роботи є дослідження та аналіз управління логістичними системами туристичного підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасних туристів.

Предметом є вивчення організації та керування логістичними процесами в туристичному секторі. Цей предмет охоплює аналіз, планування,

впровадження та контроль ефективної системи логістики в туристичному підприємстві.

Об'єктом є логістичні системи, які використовуються в туристичних підприємствах. Логістична система в туризмі охоплює весь комплекс процесів, пов'язаних з організацією подорожей, перевезенням туристів, управлінням запасами та складським господарством, обробкою даних, плануванням маршрутів та розкладами, керуванням інформацією про туристичні послуги, координацією роботи з партнерами та постачальниками послуг.

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати основні концепції та принципи логістичного управління в контексті туристичної галузі;
- вивчити ключові етапи та функції логістичного процесу в туристичному підприємстві;
- дослідити існуючі методи та інструменти управління логістичними системами в туристичній галузі;
- визначити фактори, що впливають на ефективність логістичного управління в туристичному підприємстві;
- розглянути важливі аспекти інтеграції інформаційних технологій в логістичні процеси туристичного підприємства;
- запропонувати рекомендації щодо вдосконалення управління логістичними системами туристичного підприємства.

Методами дослідження є аналіз літератури, який допомагає отримати теоретичну базу та ознайомитися з попередніми дослідженнями в галузі управління логістикою туристичних підприємств; анкетування проводиться серед співробітників та клієнтів туристичного підприємства з метою збору даних про їхні погляди та переваги відносно логістичних систем; спостереження за реальними процесами логістичних систем туристичного підприємства дозволяє досліджувати їх ефективність та виявляти можливі проблеми; експертні інтерв'ю з фахівцями в галузі логістики та управління

туристичними підприємствами надають цінну інформацію про найкращі практики та виклики управління логістикою.

Використання цих методів дослідження допомагає зрозуміти проблеми управління логістичними системами туристичного підприємства та розробити рекомендації для їх поліпшення.

Результати дослідження можуть стати підґрунтям для впровадження ефективних стратегій та практик управління логістичними системами туристичного підприємства, спрямованих на підвищення його конкурентоспроможності та досягнення сталого розвитку. Результати дослідження сприятимуть встановленню зв'язку між логістичними системами та успішним функціонуванням Expedia Group. Вони допоможуть виявити сильні та слабкі сторони існуючих логістичних процесів підприємства та запропонувати рекомендації щодо їх оптимізації та покращення.

В дослідженні будуть використані різноманітні джерела інформації, такі як наукові статті, книги, офіційні звіти компанії та інші документи, що стосуються логістики туристичних підприємств.

Результати дослідження доповідались на: Міжнародній науково-практичній конференції «Менеджмент: виклики та перспективи цифрової епохи» 16.11.2022 р. (доповідь «Управління відновленням туристичної сфери після війни в Україні»); Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів «Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях» 30.03.2023 р. (доповідь «Особливості управління логістичними системами у туризмі»).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ СИСТЕМАМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Роль логістичної системи в розвитку туристичного підприємства

Туризм — це соціальне, культурне та економічне явище, пов'язане з переміщенням людей у місця за межами їх звичайного місця проживання, причому задоволення є загальною мотивацією [3]. Туристичний продукт — це набір доступних товарів, послуг і зручностей, які туристи можуть використовувати для задоволення своїх потреб у певній місцевості та протягом певного періоду часу [3]. Зростання та розвиток туристичного сектору в останні десятиліття були спричинені різними соціальними та економічними факторами, зокрема: глобалізацією, розвитком інформаційних та комунікаційних технологій, розвитком транспортної інфраструктури, кращим рівнем життя та більшим дозвіллям, споживацтвом та гедонізмом, пропозицією нових туристичних послуг та зручностей тощо.

Розвиток туризму породжує масові потоки людей, їхніх особистих речей, товарів та інформації. Основним інструментом ефективної реалізації цих потоків є логістика. Згідно з логістикою туризму, це наука про планування, контроль і управління операціями, які здійснюються в процесі підготовки туристичної пропозиції, доставки готового продукту клієнту відповідно до його інтересів і вимог, а також у процесі передачі, зберігання і обробка інформації про цю діяльність. Туризм, як і інші види діяльності, залежить від ефективності товарних потоків, але логістична діяльність, яка дозволяє їх реалізацію, часто ігнорується та нехтується. Для підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів необхідно застосовувати принципи логістики, знання та технології.

Ланцюг туристичних послуг охоплює постачальників усіх товарів і послуг, залучених до доставки туристичних продуктів клієнтам. Основними посередниками між користувачами та постачальниками туристичних послуг є туристичні агентства та туроператори. Агентства продають туристичні продукти, а туроператори також організують логістичну діяльність з метою надання туристичного продукту користувачеві в потрібний час у потрібному місці на найбільш вигідних умовах.

Туристичні послуги та діяльність у сільській місцевості, яка не має міського характеру, становлять сільський туризм. Сільська місцевість характеризується низькою густиною населення та невеликими площами розселення, відкритим простором, природним середовищем, переважаючим землекористуванням під сільське та лісове господарство [3].

Ці райони страждають від проблем еміграції, депопуляції, безробіття та бідності. Сільський туризм може сприяти відродженню сільської місцевості, зменшенню безробіття, покращенню рівня життя та розвитку сільської економіки. Існуючі матеріальні та нематеріальні ресурси в сільській місцевості, особливо природні ресурси, традиційна архітектура, сільськогосподарське виробництво, гастрономія та культурна спадщина, є цінною основою для розвитку туризму. Незаймана природа, дух минулих часів, повільний спосіб життя, здоровіше довкілля та їжа – усе це приваблює міських людей, обтяжених роботою, погодою, стресом, міським шумом та забрудненням, у сільську місцевість. Завдяки відпочинку та релаксації в сільській місцевості негативний вплив цих явищ на здоров'я людини зменшується, тому сільський туризм також сприяє функціональності міських територій.

Логістика в сільському туризмі забезпечує матеріальну (склади, транспортні засоби, потоки товарів, матеріалів, вантажів тощо) і нематеріальну основу (просування, інформаційні потоки тощо) для надання туристичних послуг. Логістична діяльність присутня в закупівлі сировини, енергії та готової продукції, рекламно-збутовій діяльності учасників ланцюга поставок, перевезенні туристів та їх особистих речей, процесі надання послуг кінцевим

споживачам у закладах громадського харчування, реалізації зворотні потоки постачальників туристичних послуг тощо.

Ланцюги поставок сільського туризму мають різні характеристики залежно від ступеня розвитку території [13]. На освоєних територіях заклади громадського харчування надають послуги сільського туризму, використовуючи продукцію та послуги інших учасників (виробників продуктів харчування, маркетингових та навчальних центрів, туроператорів і туристичних агентств тощо).

З іншого боку, у слаборозвинутих районах сільський туризм найчастіше базується на пропозиції сільськогосподарських домогосподарств, які самостійно реалізують більшість бізнес-процесів, часто без професійних знань. Туристичну пропозицію сільськогосподарських домогосподарств прийнято називати агротуризмом. Як постачальники сировини та готової продукції іншим учасникам, а також як творці власної туристичної пропозиції, домогосподарства є важливими учасниками ланцюга постачання та генераторами логістичних потоків у сільському туризмі.

В сучасних умовах здійснюються комплексні заходи щодо модернізації та диверсифікації національної економіки, соціально-економічного розвитку регіонів, створення нових робочих місць та забезпечення ефективної зайнятості, а також підвищення інвестиційної привабливості країни як однієї із стратегічних галузей. Сьогодні лібералізація візового режиму, спрощення процедури реєстрації іноземних громадян, надання пільг і преференцій для розвитку туристичної галузі дають можливість ефективно просувати національний туристичний потенціал у внутрішній і зовнішній ринки.

Для того, щоб вижити в ринковій економіці та забезпечити підприємствам конкурентну перевагу, реальні організаційні та технічні, необхідні для наближення реального виробництва до оптимального проекту знань, техніки, технології, організації виробництва та управління, необхідних для наближення до свого оптимального проекту реконструкція можлива лише в разі необхідності. Ця організаційно-технічна реструктуризація є постійним

процесом адаптації підприємства до постійно мінливих умов ринку, нестабільних податків і методів державного регулювання.

Для досягнення стійкої конкурентоспроможності на ринку процес реорганізації організації повинен відбуватися як процес поєднання існуючої моделі організації з її ідеальним проектом.

В умовах сучасної глобалізації та інноваційного розвитку економіки логістика відіграє важливу роль у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності туризму, покращенні якості туристичних послуг і продуктів, зниженні економічних ризиків серед туристичних підприємств.

Логістика – цілеспрямована підготовка, організація і управління коштами і послугами, необхідними для досягнення конкретних цілей [3]. Метою логістики є попередня підготовка певного продукту чи послуги в певний час з мінімальними витратами, тоді як логістика обслуговує споживача в цілому.

Метою логістики є забезпечення надходження (доставки) продукту (товарів) до споживача вчасно і на необхідному рівні при мінімальних витратах трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Своєчасне постачання матеріалів, сировини, готової продукції позитивно впливає на роботу всієї господарської системи, значно знижує витрати на виробничі запаси та їх формування і зберігання, загальну собівартість виробництва й обігу. Логістика, як і маркетинг, керується інтересами споживача.

На сучасному етапі розвитку економіки логістика використовується в різних сферах діяльності: бізнес, державний сектор, транспортна і торгова інфраструктура, промисловість, сільське господарство, туризм, будівництво та ін.

Оскільки логістика охоплює всю структуру підприємства, вона також зміцнює зв'язок між менеджментом і маркетингом. Світовий досвід показує, що логістика є найбільш викладеною наукою в США, найбільш широко використовуваною в Німеччині і найприбутковішою в Японії.

Сьогодні логістика стала основним бізнес-процесом у розвинених країнах. На логістичну систему припадає 20-25% ВВП, при цьому 1% втрати в системі призводить до 10% скорочення виробництва [15].

З розвитком зовнішньоекономічної діяльності в Україні зростає роль і значення міжнародних логістичних центрів у міжнародних економічних відносинах. До незалежності логістика в нашій країні була орієнтована лише на можливості внутрішнього ринку, але за роки незалежності вона була розширена та вдосконалена. За короткий проміжок часу сформувалися конкретні шляхи розвитку логістичної інфраструктури. Завдяки послідовним заходам транспортно-комунікаційні системи стабільно розвиваються, зростають обсяги перевезень ними вантажів.

У сфері туризму логістика — це планування, управління та доставка готових туристичних продуктів до споживача відповідно до його інтересів і вимог, а також передача, зберігання та обробка відповідної інформації.

Управління туристичним підприємством є дуже складним процесом, який потребує розробки логістичної системи для оптимізації економічних потоків і суттєво впливає на фінансові показники підприємства.

Інформаційна частина логістичної системи передбачає реалізацію процесу туристичного планування. Це включає прийом та обробка замовлень, аналіз існуючого попиту та прогнозування потенційного попиту. У сфері перевезень туристів вибирається оптимальний вид транспорту, який їх обслуговує, і транспортна компанія, що пропонує транспортні послуги. Важливу роль у функціонуванні логістичної системи в туризмі відіграють потенціал, кваліфікація та досвід персоналу, який працює з клієнтами. Сервісна частина логістичної системи передбачає формування видів і діяльності відділів логістики, які надають різноманітні послуги клієнтам.

Для туристичних підприємств компоненти логістичної системи обслуговують декілька підсистем функціонування. Це підсистема управління турпродуктом, зв'язки з транспортними організаціями, підсистема готельного

менеджменту, підсистема управління персоналом, підсистема управління інформаційними потоками, фінансова підсистема.

В останні роки логістика стала діяльністю, спрямованою на управління не тільки матеріальними потоками, а й потоками послуг. Потік туристичних послуг включає транспортні послуги, розміщення, харчування, екскурсійні послуги, а також послуги перекладачів та інші послуги залежно від мети подорожі.

У туризмі функції логістики в оперативному аналізі та управлінні формуванням, просуванням і реалізацією туристичних продуктів, а також стратегічне планування і прогнозування діяльності туристичних підприємств, оперативне управління туристичними потоками і туристичними продуктами та інші функції служать забезпеченню конкурентоспроможності туризму.

Концепція розвитку туризму в Україні на 2019-2025 роки також передбачає розвиток транспортної логістики, розширення зовнішніх і внутрішніх маршрутів, підвищення якості транспортних послуг [14]:

- розробка програми, затвердженої міжурядовими угодами, спрямованої на розвиток пасажирських перевезень, у тому числі налагодження регулярного транспортного сполучення, налагодження зручного сполучення між різними видами транспорту, будівництво та реконструкцію нових національних і регіональних автомобільних доріг, що сполучають туристичні центри, покращення дорожньої інфраструктури;

- розроблення та впровадження заходів щодо оптимізації транспортних тарифів;

- будівництво нових залізниць та вдосконалення існуючих, розширення використання швидкісних електропоїздів тощо.

Ефективність логістичної системи полягає в потоковості матеріальних потоків: реалізації комплексу заходів щодо реалізації тари, уніфікації вантажних одиниць, реалізації ефективної системи складського господарства, координації замовлень і запасів, руху товарів на підприємствах, оптових, склади та автошляхи.

Побудова та функціонування логістичної системи має базуватися на таких концептуальних правилах:

- системний підхід, що демонструє інтеграцію та чітку взаємодію всіх елементів логістичної системи, реалізацію єдиного технологічного процесу виробничо-транспортної системи при переході від створення окремих видів обладнання до створення виробничо-складської та виробничо-транспортна система;
- виробництво-створення та експлуатація транспортної техніки;
- створення сучасних умов праці, що відповідають економічним вимогам;
- врахування сукупності витрат по всьому логістичному ланцюгу з метою ринку;
- розвиток сучасних послуг, що забезпечують оперативність, надійність та високу якість.

Як правило, логістичні системи працюють в невизначених умовах. Це пояснюється тим, що в умовах ринку в роботі транспорту відбуваються випадкові процеси. Через це однією з важливих властивостей логістичних систем є адаптивність. Одним із основних принципів функціонування логістичних систем є високий рівень надійності та міцності.

Це забезпечує надійне стратегічне планування виробництва, продажів і розподілу. Також важливо мати на увазі, що надійні плани відіграють більшу роль, ніж дуже швидкі.

Кожна з частин логістичної системи може порушити баланс усієї системи. На практиці традиційні цілі логістики часто не збігаються з цілями маркетингу чи виробництва. Наприклад, виробничі підрозділи підприємств намагаються збільшити запаси готової продукції, інакше можливі збитки в процесі збуту через мале виробництво або його відсутність. Інший приклад: якщо транспортний менеджер відповідає тільки за транспортну систему, він зовсім не зацікавлений в організації зручного маршруту перевезень, зменшенні кількості резервів в транспортній системі, і в цілому зниження доходів транспортної

системи. Логістичні системи залишаються одним із основних інструментів контролю над потоком матеріалів, а також контролюють процес розподілу.

Одним із головних досягнень є розробка потужного комп'ютера, розширеної бази даних і системи доставки замовлень на основі систем доставки інформації. Прийняття рішень, моделювання вирішення проблем і комп'ютеризація дозволили менеджерам і менеджерам логістичних систем працювати краще.

Одним словом, розвиток логістики в туризмі сприятиме підвищенню якості туристичних послуг і конкурентоспроможності турпродукту. Слід зазначити, що широке використання логістичних технологій у туризмі є позитивним фактором не лише для туризму, а й для розвитку інших галузей.

Впровадження логістичних технологій у туризм та їх ефективне використання дозволить досягти:

- створення єдиної системи контролю та обліку формування та руху туристичного продукту;
- скорочення часу на формування, просування та реалізацію туристичного продукту;
- автоматизація обліку та управління фінансовими та інформаційними потоками;
- скорочення часу на туристичний продукт та підвищення якості обслуговування клієнтів;
- зменшення обсягу документообігу в системі та зменшення кількості помилок в обліково-звітних документах тощо.

1.2. Особливості управління логістичними системами у підприємстві

В умовах розвитку туристичного ринку все більшої важливості набувають проблеми поліпшення управління процесами обслуговування споживачів у туристичних підприємствах. Коливання попиту на туристичні

обслуговування вимагає від туристичних компаній безперервного розгляду кон'юнктури ринку туристичних послуг з метою цього, щоб змінювати їхню асортиментну структуру в розмірах, необхідних для задоволення споживачів.

З метою здійснення конкурентоспроможності туристичне підприємство повинне таким чином організовувати свою діяльність, щоб зменшити ризики, збитки і витрати, пов'язані з процесами розвитку асортименту туристичних послуг, дослідження туристичних маршрутів і їх збуту, і максимізувати прибутки від їх реалізації.

Це можливо здійснити за результат поліпшення управління логістичною діяльністю. Рациональне планування продажів путівок, укладання договорів щодо надання комплексу туристичних послуг, контроль збутової діяльності дадуть можливість збільшити результативність управління логістичною діяльністю туристичних підприємств. При цьому у сфері туризму дуже важливо створити логістичну діяльність подібним способом, щоб перелік всіх дій логістичної діяльності здійснювався в загальному комплексі.

З метою реалізації логістичної діяльності дуже важливо визначитися із суттю і переліком дій. Таким чином, *одні автори* вважають, що «логістичні процеси» вважаються «системною структурою з метою прийняття рішень, що поєднує перевезення, резерви, складський простір, концепції оброблення матеріалів, упаковку і інші пов'язані види діяльності, які всі без винятку спільно виконують необхідні компроміси, що містять витрати і обслуговування від постачальника до покупця (ланцюг поставки)» [5, с.30]. *Інші* до списку дій логістичної діяльності містять матеріально-технічне забезпечення, розвиток запасів продукції, складування, процеси транспортування [6, с.33]; *треті* – організацію матеріально-технічного забезпечення, процеси виробництва, застосування залишків і вторинної сировини, транспортування, реалізацію готової продукції [7, с.31]; *четверті* до списку процесів логістичної діяльності підприємств відносять забезпечення, складування, контролю запасів, транспортування, переробку відходів [8, с.27-29].

Узагальнюючи різні підходи вчених до встановлення терміну «процеси логістичної діяльності підприємств», потрібно зазначити, що авторами статті, на відміну від інших, зарахований цілий перелік процесів логістичної діяльності підприємства у загальному комплексі, а саме:

- матеріально-технічне забезпечення,
- транспортування матеріальних ресурсів на склади,
- складування матеріальних ресурсів,
- процес виготовлення,
- процес переробки, а також утилізації відходів,
- формування запасів продукції на складах,
- процес транспортування продукції споживачам,
- процес обслуговування покупців і реалізація готової продукції,
- контроль, а також регулювання логістичної діяльності [9, с.116].

У взаємозв'язку з динамічним розвитком туристичного бізнесу в сучасних обставинах дуже важливим є конкретизація термінології згідно з питань управління логістичною діяльністю туристичних компаній. Деякі вчені відзначають: Дослідження суті концепції логістики дає можливість стверджувати, що вирішення проблем розвитку туризму на основі оптимізації функцій підприємництва вимагає введення логістичного підходу до формування туристичних потоків так само як єдності потоків туристів і послуг, необхідних для їхнього обслуговування. Головною особливістю логістизації туризму, тобто впровадження логістичного підходу до підприємства його діяльності, виступає нерозривна єдність туристичних (людських) потоків разом з комплексом послуг, необхідних для задоволення їх потреб під час подорожі [10, с.49, 52].

Спираючись у встановленні визначення «логістичної діяльності туристичних підприємств», а також списку її дій, авторами цієї статті запропоновано функції логістичної діяльності туристичних підприємств, до яких віднесено:

- аналіз попиту та потреб споживачів туристичних послуг;

- матеріально-технічне, страхове, інформативне, економічне забезпечення процесу надання туристичних послуг;
- створення турпродуктів;
- процес обслуговування споживачів;
- оптимізація транспортних потоків;
- удосконалення ризиків, які пов'язані із реалізацією туристичної діяльності;
- збут туристичних продуктів та здійснення туристичних послуг;
- вдосконалення інформаційних, економічних, людських і інших потоків.

Ці функції включають аналіз попиту та потреб споживачів, забезпечення матеріально-технічного, страхового, інформаційного, економічного забезпечення, створення турпродуктів, обслуговування споживачів, оптимізацію транспортних потоків, управління ризиками, збут туристичних продуктів та здійснення туристичних послуг, а також вдосконалення інформаційних, економічних, людських і інших потоків.

Таблиця 1.1.

Основні характеристики властивостей логістичної системи

Властивість	Загальна характеристика	Характеристика логістичної системи
1	2	3
Цілісність та чисельність	Елементи існують лише в системі. А отже, система є цілісною сукупністю взаємопов'язаних елементів. Поза системою це лише об'єкти. Елементи системи можуть бути різнорідними, проте сумісними	Поділ логістичної системи на елементи здійснюється за різними характеристиками. На макrorівні елементами системи є підприємства, між якими відбувається рух матеріального потоку. На макrorівні складовими логістичної системи є: Закупівля – підсистема, яка забезпечує надходження матеріального потоку в логістичну систему. Планування і управління виробництвом – ця підсистема

Продовження табл. 1.1

1	2	3
		<p>приймає матеріальний потік від підсистеми .</p> <p>Збут – підсистема, яка забезпечує вибуття матеріального потоку з логістичної системи.</p>
Наявність зв'язків	<p>Існують істотні зв'язки між складовими (її елементами), що і визначають об'єднуючі якості системи. Сила зв'язків між елементами всередині системи більш значуща та сильніша, ніж зв'язки окремих елементів із зовнішнім середовищем. Саме це є умовою існування системи</p>	<p>В системах на макрорівні наявність зв'язків підтверджуються договорами, а на макрорівні елементи системи зв'язані між собою внутрішньовиробничими відносинами</p>
Організація	<p>Наявність зв'язків – можливість створення системи. Для справжньої системи ці зв'язки мають бути впорядкованими, а отже мати структуру, тобто організацію системи</p>	<p>Зв'язки між елементами логістичної системи впорядковані відповідно до правил та процедур на підприємстві, а отже система має організацію</p>
Інтеграційні якості	<p>Система в цілому має власну особливу якість, яка не притаманна жодному окремому елементу системи</p>	<p>Саме логістична система в цілому має здатність поставити потрібний товар, в певний час, в необхідне місце, належної якості, з мінімальними витратами, а також має здатність адаптуватись до ринкових змін</p>

Як помітно з Таблиці 1.1, логістична система містить усі без винятку якості системи, складається з системоутворюючих елементів, безпосередньо взаємопов'язаних і взаємозалежних між собою, які мають впорядковані взаємозв'язки і виробляють конкретну структуру із попередньо встановленими якостями. Логістичні системи характеризуються значним ступенем узгоджених вхідних продуктивних сил з метою управління потоками. Таким чином, логістичні системи вкладаються загальноприйняте поняття «системи».

1.3. Чинники ефективного управління логістичними системами туристичного підприємства

Індустрія туризму працює у співпраці з багатьма різними галузями промисловості з її багатогранною структурою. Туристичні продукти та послуги, що є результатом побажань і потреб туристів, відрізняються в кожній країні та регіоні. Відповідати цим очікуванням є одним із головних завдань підприємств, що працюють у туристичній галузі. Це вимагає, щоб індустрія туризму співпрацювала з індустрією логістики, оскільки надає як продукти, так і послуги туристам. Через зміну та диференціацію туристичних потреб туристи зобов'язані негайно пропонувати свої продукти та послуги. Таким чином, підприємства в індустрії туризму повинні дуже добре використовувати логістичні елементи та відповідати очікуванням.

При дослідженні академічних досліджень у галузі туризму видно, що поняття туризму та ланцюга поставок використовуються разом. Кількість академічних досліджень ланцюга поставок у туристичній індустрії досить велика. Це свідчить про важливість взаємозв'язку між туризмом і логістикою. Тому зв'язок між логістикою та ланцюгом поставок має першочергове значення [17].

У сфері туризму згадувалося, що концепція ланцюга поставок часто досліджується. Тому стислий опис ланцюга поставок буде доречним для розуміння проблеми. Ланцюжок постачання визначається як система, яка дозволяє великій кількості бізнес-процесів рухатися в гармонії одночасно з метою перетворення продукції в готову продукцію, розповсюдження цієї продукції агентам і клієнтам і спрощення потоку інформації.

Необхідно конкретизувати розташування ланцюга поставок у рамках концепції логістики та пояснити, чому концепція ланцюга поставок використовується в туристичній діяльності. Ланцюг постачання – це процес систематичного управління всіма функціями від початку покупки до останнього споживача [21]. Оскільки туристи розглядаються як кінцеві

споживачі в індустрії туризму, важливо, щоб ланцюг поставок працював регулярно і без перебоїв. Логістичні елементи також розглядаються як частина ланцюга поставок. Зокрема, це виражається як передача товару чи послуги. Беручи на себе повну відповідальність постачальників, це заявлено як транспортування підприємства до кінцевого споживача з мінімальними витратами.

Однак сучасна логістична діяльність пропонує всі елементи, які ланцюг поставок виконує для підприємств. Усі транзакції, здійснені ланцюгом поставок, також здійснюються логістичними компаніями. У минулому логістичні компанії займалися лише транспортуванням, складуванням і митними операціями, але тепер вони також виконують функцію ланцюга поставок. Основна причина цього полягає в тому, що підприємства прагнуть зменшити витрати та заощадити час. Особливо в умовах конкуренції, чим більше підприємства можуть скоротити свої витрати на логістику, тим вищі показники прибутковості зростають.

Головні чинники, що впливають на розвиток виїзного туризму в розвинених країнах, - економічні та соціальні, насамперед, збільшення особистих доходів громадян (потенційних туристів) вище меж, що є достатніми для задоволення необхідних потреб. До суб'єктивних причин належать діяльність державних органів, що регулюють порядок в'їзду/виїзду та перебування на її території іноземних громадян. Розвиток іноземного туризму в країні, що переважно приймає туристів, зумовлений бажанням збільшити приплив іноземної валюти та створити нові робочі місця. Багато країн шляхом розвитку міжнародного туризму намагаються вирішити проблеми платіжного балансу. За даними, частка туризму становить 10,1 % у валовій світовій продукції та 10,5 % робочих місць [18].

Унаслідок витрат іноземних туристів у країні перебування збільшуються доходи фірм, зайнятих в туристичному бізнесі (прямий ефект); також підвищується попит з боку туристичного сектору економіки на товари і послуги постачальників, що спричинює зростання доходу в усіх секторах економіки

(побічний ефект); збільшуються доходи населення, безпосередньо або опосередковано пов'язаного з туристичним бізнесом, що зумовлює зростання споживчого попиту (вимушений ефект). Разом побічний і вимушений ефекти утворюють вторинний ефект. Такі причини зумовлюють значне збільшення ролі міжнародного туризму, на який нині припадає 30 % світової торгівлі послугами, 7 - світових інвестицій, кожне 10-те робоче місце у світі, 11 - споживчих витрат, 5 % - податкових надходжень. Темпи розвитку міжнародного туризму подано в Додатку А.

Висока ефективність міжнародного туристичного бізнесу забезпечується за допомогою (рис. 1.1):

- 1) створення значної кількості нових робочих місць для економічно активного населення;
- 2) формування в нових районах мережі об'єктів туристичної інфраструктури, що забезпечує потреби туристів у різноманітних платних і безоплатних послугах;
- 3) зміцнення політичних і економічних зв'язків держав - членів Світового Співтовариства на нових позиціях, в основу яких закладено принципи ООН та загальносвітові цінності.

Міжнародний туристичний бізнес є високоефективним завдяки комплексному підходу, який включає створення нових робочих місць, формування туристичної інфраструктури та зміцнення політичних і економічних зв'язків між державами. Створення значної кількості нових робочих місць сприяє зростанню зайнятості та економічному розвитку, що позитивно впливає на суспільство та господарство країн. Формування мережі туристичної інфраструктури в нових районах дозволяє задовольняти потреби туристів у різноманітних послугах, що сприяє зростанню туристичного попиту та прибуткам.

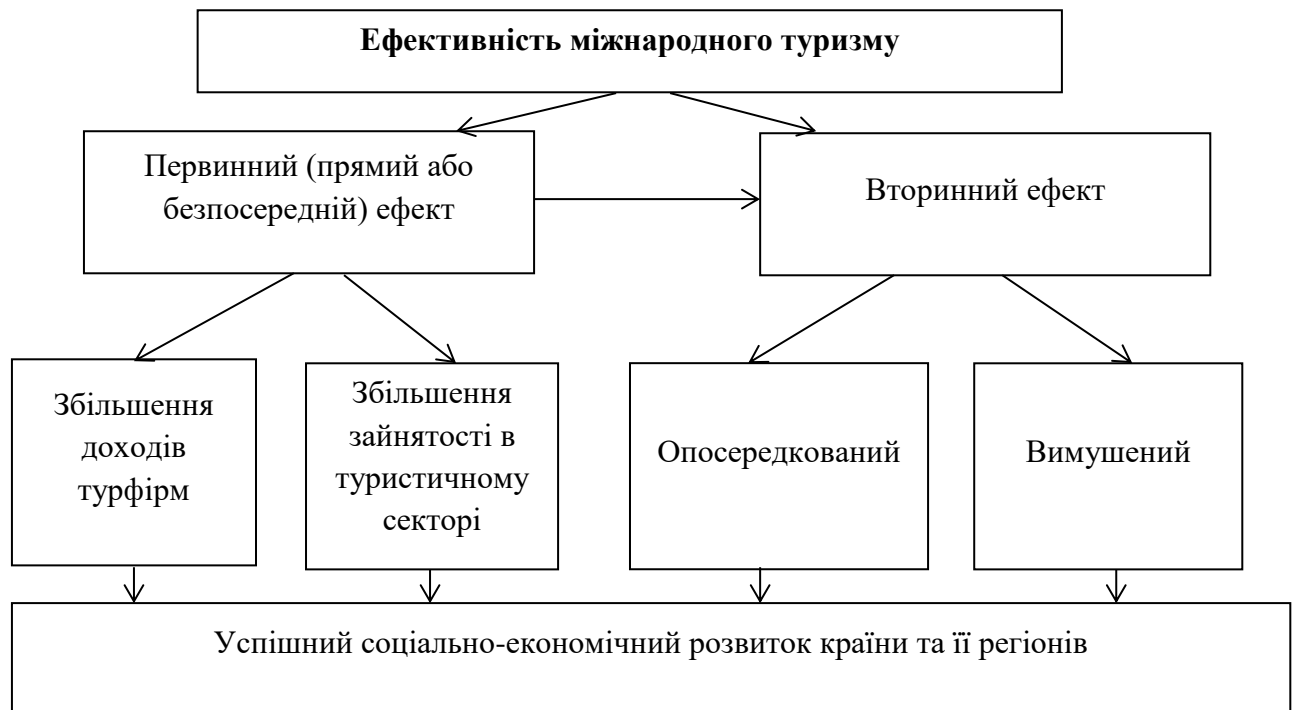


Рис. 1.1. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток країни та її регіонів.

Поняття логістики та ланцюга поставок використовуються в індустрії туризму. Елементи логістики стосуються транспортування, складування та митних операцій, тоді як елементи ланцюга постачання охоплюють усі інші аспекти концепції логістики. Необхідно використовувати правильні методи логістики з точки зору зниження витрат для підприємств і стійкості. У цьому контексті вибір підприємств, які керують логістикою та ланцюгом поставок у туристичній індустрії, набуває важливого значення.

Основна відмінність, яка відрізняє індустрію туризму від інших галузей з точки зору логістики, полягає в тому, що люди мають засоби подорожувати з одного місця в інше.

Логістична діяльність включає в себе послуги з перевезення людей у сфері військової діяльності та туризму, навіть якщо їх бачать у сфері продукту. Функції постачальників у туризмі продовжують починатися з розташування клієнтів, продовжують їх відпустку та повертаються. Туристичні постачальники керують процесом детального планування, який здійснює

закупівлі, транспортування, податки, страхування, розміщення, харчування та всі інші види діяльності. Система постачальників у сфері туризму підсумовано на рис. 1.2 нижче:

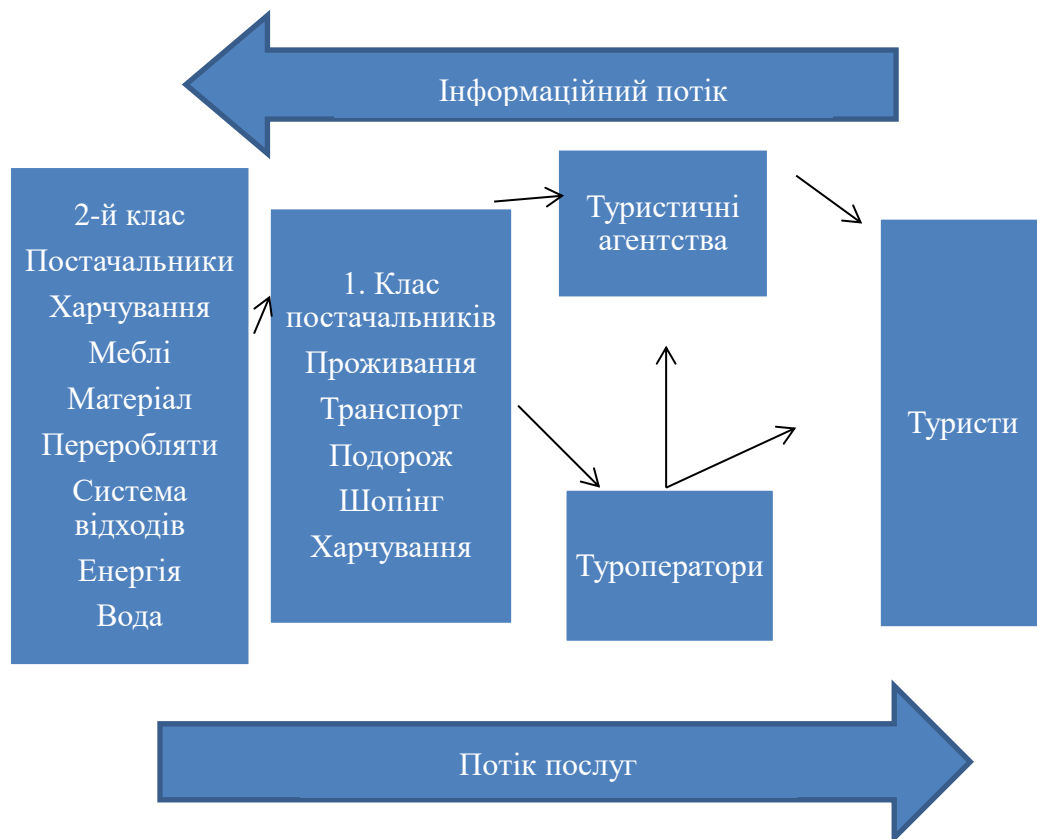


Рис. 1.2. Система постачальників у туризмі

Як видно з наведеного вище малюнка, туристичні агентства та туроператори відіграють активну роль у системі туризму. Від часу, коли туристи приймають рішення про відпустку, і до кінця відпустки, весь час знаходиться в діяльності цих двох підприємств. З цієї причини це буде корисно для цілісності питання у визначенні функцій туристичних агентств і туроператорів, які здійснюють логістичну діяльність в індустрії туризму.

Туристичні агентства - це підприємства, які задовольняють усі потреби людей, які бажають відпочити [25]. Діяльність туристичних агентств і туроператорів включає логістичний процес у туристичній індустрії. У цьому контексті він також здійснює багато видів діяльності, таких як організація турів, надання трансферних послуг, інформування клієнтів, організація

конгресів і конференцій, організація туристичних поїздок, оренда автомобілів, продаж авіаквитків, проведення рекламних акцій.

Туроператори заздалегідь закупають товари, необхідні під час подорожі, у компаній-виробників туристичного продукту. Після цього ці туристичні продукти продаються туристам шляхом створення пакетного туру за певними цінами.

Туристичні агенції та туроператори, які називаються посередницькими компаніями, відповідають за підвищення ефективності туризму, зростання туристичного попиту та досягнення стійкого туристичного потенціалу. Зокрема, туроператори поєднують виробництво продуктів, необхідних туристам, і великої кількості різноманітних основних і додаткових туристичних послуг. Після цього етапу він пропонує туристичні продукти безпосередньо туристам або готелям.

Інші підприємства, які працюють у сфері туризму та надають послуги, співпрацюють. З цієї причини туроператори мають значний вплив на логістику туристичної галузі. Він також об'єднує бізнес і туристів у структурі ланцюга поставок. Туристичні агенції та туроператори є важливими підприємствами-постачальниками, які забезпечують співпрацю індустрії туризму та туристів із плануванням та управлінською діяльністю, пов'язаною з управлінням логістикою.

Швидке поширення Інтернету та легкий доступ до клієнтів спричинили зміни в логістиці та туризмі, а також у багатьох галузях. Логістичні системи в класичному стилі були замінені системами, що використовуються через Інтернет. Компанії, які використовують логістичну діяльність і структуру ланцюга поставок, забезпечують легкий доступ до Інтернету. В результаті цих подій, з розвитком Інтернету, багато видів діяльності туристичних агентств і туроператорів здійснюються через Інтернет. Туристичні компанії-постачальники повинні адаптуватися до системи електронної логістики, оскільки вони зосереджені на продажу інформації та продукту. Зважаючи на міжнародний характер багатьох видів діяльності, туристичні агентства та

туроператори співпрацюють з подібними організаціями в інших країнах. Швидке, надійне та системне функціонування електронної логістичної діяльності, яка задовольнить потреби туристів, забезпечить значні переваги туристичним підприємствам, постачальникам і туристам.

Висновки до розділу 1

Одним з найважливіших елементів логістичної системи туристичного підприємства є управління запасами, яке передбачає ефективне планування та контроль за запасами та забезпеченням потреб підприємства.

Також важливим елементом логістичної системи туристичного підприємства є управління транспортними потоками та складськими приміщеннями, що передбачає раціональне використання транспортних засобів та складських приміщень з метою зниження витрат та оптимізації процесів.

Для ефективного управління логістичною системою туристичного підприємства також важливим є використання інформаційних технологій та систем автоматизації бізнес-процесів.

У цьому розділі також було розглянуто основні принципи логістики та її вплив на стратегію розвитку туристичного підприємства. Відповідно до цього, ефективне управління логістичною системою є ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства та збільшення його прибутковості.

Між індустрією туризму та логістики існує інтенсивна співпраця. Збільшення кількості туристів і збільшення доходів від туризму змусили країни інвестувати в індустрію туризму. Елементи витрат набули значення через загострення економічної ситуації та посилення умов конкуренції між країнами. У цьому контексті необхідно знизити витрати на логістичну діяльність як для країн, так і для підприємств. Використання найбільш відповідних логістичних транспортних засобів є особливо важливим для індустрії туризму з точки зору забезпечення низьких витрат і для задоволення туристів.

Очікування та потреби туристів у сфері туризму спрямовані на відвідування багатьох туристичних регіонів за короткий час. Транспортні засоби, що використовуються в галузі логістики, також дуже часто використовуються в індустрії туризму. Однак людська поведінка та ставлення виявляють відмінності у варіантах подорожі. Необхідно вибрати та використовувати логістичні транспортні засоби, які відповідають планам та цілям відпочинку туристів. Туристичні агенції та туроператори діють як підприємства, які встановлюють відносини між індустрією туризму та індустрією логістики. Ці організації є важливими посередниками для обох країн, туристів та інших компаній.

Крім того, компанії громадського харчування та гостинності, що працюють у сфері туризму, постійно співпрацюють з логістичною галуззю в постачанні та доставці продуктів. Своєчасна та точна доставка продукції важлива для задоволення туристів. Туристичний продукт має бути забезпечений послугами негайно. Тому використання правильних транспортних засобів логістики в індустрії туризму є важливим для сталого розвитку туризму. Системні та правильні методи логістики в індустрії туризму сприяють збільшенню туристичного попиту та збільшенню доходів від туризму.

Отже, можна зробити висновок, що логістика в туристичному бізнесі є важливою складовою успішної діяльності туристичних підприємств, а її ефективне управління передбачає впровадження комплексних стратегій та технологій для оптимізації процесів, зниження витрат та підвищення якості обслуговування клієнтів. Відповідно, туристичні підприємства повинні розуміти важливість логістики для своєї діяльності та вирішувати завдання щодо покращення її ефективності та оптимізації процесів управління.

Також важливою складовою ефективного управління логістикою є співпраця між різними підрозділами туристичного підприємства, а також зовнішніми постачальниками та партнерами. Це дозволяє забезпечити взаємодію та координацію між різними етапами логістичного процесу та забезпечити максимальну ефективність управління логістикою.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ СИСТЕМАМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «EXPEDIA GROUP»

2.1. Комплексна характеристика діяльності підприємства «Expedia Group»

Expedia Group, Inc. — туристична онлайн-компанія, і її місія — сприяти подорожам у всьому світі для всіх і всюди. Вони вірять, що подорожі – це сила добра [34].

Expedia Group, Inc. зі штаб-квартирою в Сіетлі, США володіє та управляє агрегаторами тарифів на подорожі та метапошуковими системами подорожей, включає Expedia.com, Hotels.com, Travelocity, Hotwire.com, Orbitz, Ebookers, Cheap Tickets, CarRntails.com, Expedia Cruises, Wotif та Trivago. На веб-сайтах компанії можна забронювати понад 3 мільйони житлових приміщень та рейсів понад 500 авіакомпаній.

Подорожі – це важливий людський досвід, який зміцнює зв'язки, розширює горизонти та наводить мости. Компанія використовує своє портфоліо поставок, платформу та технологічні можливості для широкого портфоліо споживчих брендів і надає рішення своїм діловим партнерам, щоб дати мандрівникам змогу ефективно досліджувати, планувати, бронювати та пробувати подорожі.

Компанія прагне розвивати свій бізнес за допомогою динамічного портфоліо туристичних брендів, включно з дочірніми компаніями, які мають мажоритарну частку власності, які пропонують широкий асортимент різноманітних продуктів — із приблизно 3 мільйонами доступних об'єктів розміщення, включаючи понад 2 мільйони списків альтернативних місць для бронювання в Інтернеті та приблизно 875 000 готелів, понад 500 авіакомпаній, пакети послуг, оренда автомобілів, круїзи, страхування, а також заходи та досвід у більшості країн [34].

Постачальники туристичних послуг розповсюджують і продають продукти через настільні та мобільні пропозиції компанії, а також через альтернативні канали дистрибуції, ділові партнерства та кол-центри Expedia Group, щоб охопити свою широку глобальну аудиторію. Крім того, рекламні та медіа-бізнеси допомагають іншим компаніям, насамперед постачальникам туристичних послуг, охопити велику багато-платформну аудиторію мандрівників по всьому світу.

Понад 25 років тому компанія розпочала діяльність як одна з перших онлайн-туристичних агенцій (OTA) і відіграла значну роль у революції та демократизації подорожей, надавши клієнтам можливість керувати власними планами подорожей.

Expedia Group зробили це, створивши та використавши запатентовану технологію для підключення партнерів та свого відповідного інвентарю до цих мандрівників, одночасно розблокувавши ринок для подорожей до інших компаній.

Відтоді індустрія подорожей зазнала значних змін, зокрема перехід від офлайн до онлайн-бронювання подорожей. Ця трансформація призвела до багаторічного захоплюючого зростання OTA разом із посиленням конкуренції. Щоб залишатися інноваційними та конкурентоспроможними, компанія здійснила кілька стратегічних придбань, які суттєво розширили ширину та глибину Expedia Group.

Значна частина стратегії підприємства до пандемії COVID-19 була зосереджена на агресивній конкуренції брендів за частку в усьому світі, кожен зі своїми пропозиціями та перевагами. Хоча це дозволило уникнути потенційних збоїв в інтеграції придбаних брендів, це також створило певні складності та неефективність з часом.

Як наслідок, у 2020 році Expedia Group перейшла до операційної моделі платформи, яка дозволила надавати більш масштабовані послуги та працювати ефективніше. Наприклад, тепер компанія цілісно керує своїми маркетинговими інвестиціями в портфоліо брендів, що дозволяє їм краще оптимізувати

результати, а робота на єдиній платформі маркетингових технологій покращила свої можливості ефективного маркетингу. Нещодавно компанія перейшла до більш уніфікованої стратегії брендів у своєму роздрібному бізнесі, де у компанії об'єднана команда приймає рішення щодо всіх своїх брендів. Ці зміни були внесені з метою спростити й оптимізувати свою організацію, покращити структуру витрат і функціонування свого бізнесу.

У рамках свого бізнесу B2B 1 листопада 2021 року було завершено продаж Egencia компанії American Express Global Business Travel («GBT»). У рамках угоди Expedia Group отримала міноритарну частку в об'єднаному бізнесі та уклала 10-річну угоду про постачання житла з GBT [35].

Крім того, щоб оптимізувати діяльність і зосередитися на своїх основних видах діяльності, з початку 2020 року компанія закрила, або продала низку компаній, найбільшою з яких була Egencia.

Загалом, приблизно за останні два роки компанія досягла значного прогресу в базовій роботі, щоб допомогти оптимізувати та спростити організацію, і тому тепер можна зосередитися на подальшому покращенні досвіду подорожей, що також було основною метою компанії більше двох десятиліть тому.

Конкуренція компанії, яка є сильною та зростає, включає туристичні онлайн- та офлайн-компанії, які націлені на туристичних і корпоративних мандрівників, включаючи туристичні агенції, туроператорів, веб-сайти прямих туристичних постачальників та їхні кол-центри, консолідаторів та оптових продавців туристичних продуктів і послуг, великі онлайн-портали і пошукові веб-сайти, певні туристичні пошукові веб-сайти, мобільні туристичні програми, веб-сайти соціальних мереж, а також традиційні веб-сайти електронної комерції та групових покупок.

Компанія стикається з цими конкурентами на місцевих, регіональних, національних та/або міжнародних ринках. У деяких випадках конкуренти пропонують більш вигідні умови та покращені інтерфейси для постачальників і мандрівників, що ускладнює конкуренцію. Компанія також стикається з

конкуренцією за трафік клієнтів у пошукових системах Інтернету та на веб-сайтах пошуку, що впливає на свої витрати на залучення клієнтів і маркетинг.

Компанія вважає, що підтримка та вдосконалення своїх брендів є критично важливим компонентом її зусиль щодо конкуренції. Вона відрізняє свої бренди від своїх конкурентів насамперед за кількома каналами, які компанія використовує для створення попиту, якістю та широтою туристичних продуктів, функціями каналів і зручністю використання, ціною чи рекламними пропозиціями, послугами для мандрівників і якістю контенту та порад щодо планування подорожей, а також офлайн зусилля бренду.

Акцент на одному чи кількох із цих факторів залежить від бренду чи бізнесу та відповідної цільової демографічної групи. Бренди компанії стикаються зі зростаючою конкуренцією з боку прямих веб-сайтів туристичних постачальників. У деяких випадках прямі канали зв'язку з постачальниками пропонують мандрівникам такі переваги, як довготривалі програми лояльності, безкоштовні послуги, такі як Wi-Fi, і кращі ціни.

На веб-сайтах Expedia Group представлені туристичні продукти та послуги від багатьох туристичних постачальників і дозволяють мандрівникам поєднувати продукти та послуги від кількох постачальників в одній транзакції. Компанія стикається з конкуренцією з боку авіакомпаній, готелів, веб-сайтів альтернативного розміщення, компаній з оренди автомобілів, круїзних операторів та інших постачальників туристичних послуг, незалежно від того, чи працюють вони індивідуально чи колективно, деякі з яких є постачальниками для наших веб-сайтів.

Expedia Group надає туристичні продукти та послуги як окремо, так і на пакетній основі, переважно через такі бізнес-моделі: торгова модель, модель агентства та рекламна модель.

- **Торгова модель.** Відповідно до торговельної моделі, компанія сприяє бронюванню готельних номерів, альтернативного житла, місць у авіакомпаніях, оренди автомобілів і туристичних послуг у своїх постачальників туристичних послуг, і вона є зареєстрованим продавцем для таких бронювань. Наприклад,

компанія надає мандрівникам доступ до бронювання номерів у готелях через свої контракти з постачальниками житла, які надають їй інформацію про тарифи та наявність номерів, але компанія не контролює номери та не несе ризик щодо наявності. Мандрівники Expedia Group платять їй за транзакції торгових готелів перед відправленням у подорож, зазвичай під час бронювання. Більшість своїх торгівельних операцій пов'язані з бронюванням житла.

- **Модель агентства.** Згідно з агентською моделлю, Expedia Group сприяє бронюванню подорожей і виступає агентом у транзакції, передаючи бронювання, заброньовані мандрівником, відповідному туристичному постачальнику. Компанія отримує комісію або плату за квитки від постачальника туристичних послуг та/або мандрівника. Вона реєструє дохід від авіаперевезень, коли мандрівник бронює транзакцію, оскільки компанія зазвичай не надає мандрівникові значних послуг після бронювання, а платежі авіаперевізникам і від них зазвичай підлягають оплаті під час оформлення квитка. Крім того, компанія, як правило, реєструє дохід агентства від готелю, коли настає ніч, оскільки Expedia Group надає мандрівникові послуги після бронювання, і, таким чином, вважає перебування таким, коли свої зобов'язання щодо виконання виконано.

- **Рекламна модель.** Відповідно до рекламної моделі Expedia Group пропонує рекламодавцям подорожей і не туристів доступ до потенційного джерела додаткового трафіку та транзакцій через свої різноманітні медіа та рекламні пропозиції на кількох наших веб-сайтах, заснованих на транзакціях, а також на своєму пошуковому сайті Trivago, який є більшою частиною власності.

Expedia Group використовує торгову модель, модель агентства і рекламну модель для надання туристичних продуктів і послуг своїм клієнтам. Це дозволяє їй займати провідну позицію на ринку туризму і задовольняти потреби різних видів мандрівників та рекламодавців.

Таблиця 2.1.

Дохід за бізнес-моделями на підприємстві Expedia Group

	Рік, що закінчився 31 грудня			Зміна	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
	(\$ в мільйонах)			%	
Дохід за бізнес-моделями					
<i>Торгова модель</i>	3,261	5,537	7,762	70	40
<i>Модель агентства</i>	1,267	2,307	2,994	82	30
<i>Рекламна модель</i>	671	754	911	12	21
Загальний дохід	5,199	8,598	11,667	65	36

Зростання доходу від продажу у 2022 році відбулося насамперед завдяки збільшенню доходу від продажу в готелях завдяки збільшенню кількості днів перебування в номерах, а також завдяки збільшенню доходу від продажу альтернативних засобів розміщення та доходу від страхування подорожуючих.

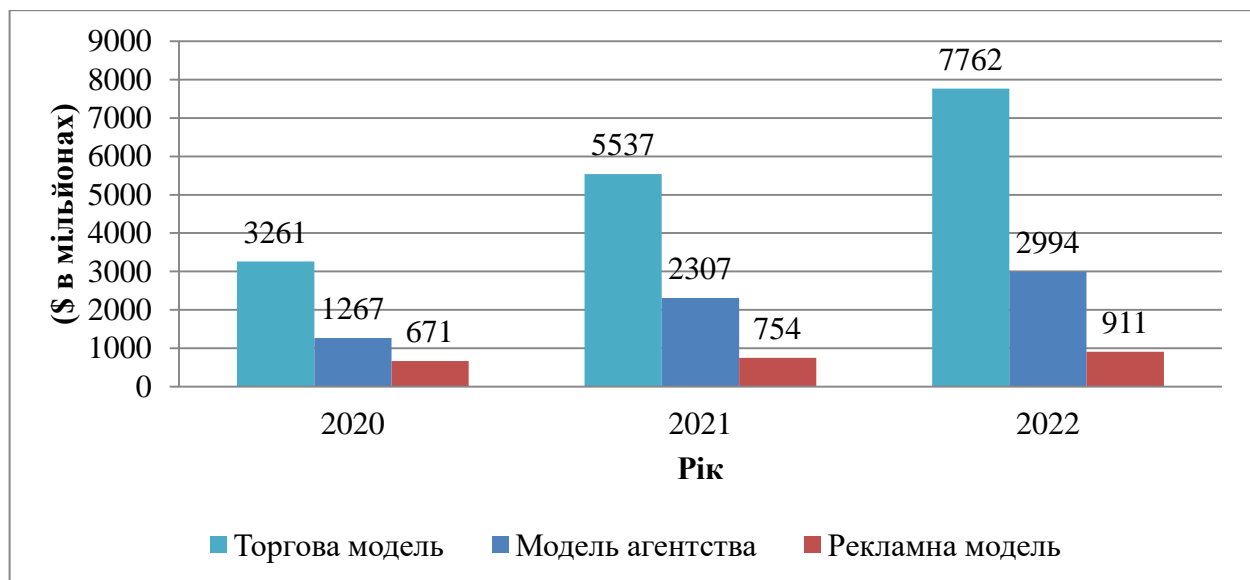


Рис 2.1. Діаграма доходу за бізнес-моделями на підприємстві Expedia Group

Зростання агентських доходів у 2022 році відбулося насамперед завдяки збільшенню агентських доходів від готелів, авіап перевезень та альтернативних засобів розміщення.

Доходи від реклами, медіа та інших видів діяльності зросли на 21% у 2022 році порівняно з 2021 роком передусім збільшенню доходів від реклами.

За рік, що закінчився 31 грудня 2022 року, загальний дохід Expedia Group склав 11,7 мільярда доларів США, причому 66%, 27% і 8% загального доходу припадає на торговельні, агенційні, рекламні, медіа та інші підприємства відповідно. Консолідований звіт про рух грошових коштів подано у Додатку Б.

Компанія продовжує спостерігати більш тісну інтеграцію готельного продукту агентства з своїм основним торговельним продуктом через програму Expedia Traveler Preference (ETP), пропонуючи для готелів-учасників клієнтам вибір, чи платити Expedia Group наперед відповідно до торговельної моделі компанії (Expedia Collect) або оплатити в готелі під час проживання за агентською моделлю (Hotel Collect).

Крім того, за допомогою різноманітних веб-сайтів під брендом Expedia Group та інших веб-сайтів із багатьма продуктами мандрівники можуть динамічно складати туристичні пакети з кількох компонентів на визначений період за нижчою ціною порівняно з бронюванням кожного компонента окремо. Мандрівники зазвичай обирають пакети на основі загальної вартості пакету або купуючи один продукт і отримуючи знижку, щоб додати додаткові продукти.

Таблиця 2.2.

Узгодження чистого прибутку (збитку) у долі Expedia Group, Inc. зі скоригованим показником EBITDA

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення +/-	Відхилення +/-
	\$ млн			2021/2020	2020/2021
Чистий прибуток (збиток) у долі Expedia Group, Inc.	2612	12	352	-2600	340
Чистий прибуток (збиток), що належить неконтрольованим часткам	(116)	3	(9)	119	-12
Забезпечення податку на прибуток	(423)	(53)	195	370	248

Продовження табл. 2.2.

Загальна сума інших витрат, нетто	432	224	547	-208	323
Операційний прибуток (збиток)	(2719)	186	1085	2905	899
Прибуток (збиток) від хеджування доходів, пов'язаних з визнаною виручкою	61	(17)	(6)	-78	11
Реструктуризація та пов'язані з нею витрати на реорганізацію	213	55	-	-158	-
Юридичні резерви, податок на нерухомість та інше	(13)	1	23	14	22
Компенсація на основі акцій	205	418	374	213	-44
Знос та амортизація	893	814	792	-79	-22
Зменшення корисності гудвілу	799	14	-	-785	-
Зменшення корисності нематеріальних та інших довгострокових активів	175	6	81	-169	75
Скоригований показник EBITDA	(368)	1477	2349	1845	572

Аналізуючи Таблицю 2.2, можна зробити наступні висновки:

1. Компанія зазнала збитків у 2020 році, але вдалося значно покращити свої результати в наступні роки, що свідчить про успішне відновлення її діяльності та зміну стратегії.

2. Компанія значно збільшила свої витрати на компенсацію на основі акцій у 2021 році, але зменшила їх у 2022 році. Це може свідчити про зміну підходу до стимулювання працівників.

3. Компанія зменшила свої витрати на забезпечення податку на прибуток у 2021 році, але збільшила їх у 2022 році. Це може бути пов'язано зі зміною фінансової політики компанії, зменшенням податкового тягаря або іншими факторами.

4. Компанія змогла значно збільшити свій операційний прибуток у наступні роки, що вказує на успішність її стратегії та ефективність управління фінансами.

5. Компанія змогла отримати чистий прибуток у наступні роки, що свідчить про успішне відновлення її діяльності та покращення її фінансового стану.

Отже, можна зробити висновок, що компанія успішно відновилася після збитків у 2020 році та змінила свою стратегію, що дозволило їй збільшити свій прибуток та знизити витрати на певні складові.

2.2. Аналіз позицій підприємства на ринку туристичних послуг

Expedia Group - це один з найбільших гравців на ринку туристичних послуг, який пропонує послуги онлайн-бронювання готелів, квитків на літаки, оренди автомобілів, круїзів та інших туристичних послуг. Аналізуючи позиції підприємства на ринку, можна виокремити такі основні аспекти:

Широкий асортимент послуг. Expedia Group пропонує широкий вибір туристичних послуг, що дозволяє задовольняти різні потреби клієнтів. Це включає онлайн-бронювання готелів, квитків на літаки, оренди автомобілів, круїзів та інших туристичних послуг.

Глобальна присутність. Expedia Group має присутність в більш ніж 70 країнах світу, що дає можливість підприємству залучати клієнтів з усього світу. Крім того, Expedia Group співпрацює з різними місцевими туристичними агентствами, що забезпечує збільшення асортименту послуг та додаткові можливості залучення клієнтів.

Використання технологій. Expedia Group активно використовує технології для поліпшення своїх послуг та забезпечення комфортної взаємодії з клієнтами. Підприємство використовує штучний інтелект для персоналізації пропозицій та рекомендацій клієнтам, а також інші інноваційні технології для поліпшення користувацького досвіду.

Конкуренстоспроможні ціни. Expedia Group пропонує конкурентоспроможні ціни на свої послуги, що дозволяє залучати більше клієнтів та конкурувати з іншими гравцями на ринку. Крім того, Expedia Group пропонує різноманітні знижки та промо-акції для клієнтів, що дозволяє збільшувати лояльність та залучати нових клієнтів.

Надійність та якість послуг. Expedia Group відома своєю надійністю та якістю послуг. Підприємство працює з провідними готельними та авіакомпаніями, що забезпечує високу якість та надійність послуг. Крім того, Expedia Group має високі стандарти безпеки та захисту персональних даних клієнтів.

Інноваційний підхід. Expedia Group активно впроваджує нові технології та інноваційні рішення, що дозволяє підприємству забезпечувати конкурентну перевагу та залучати нових клієнтів. Наприклад, Expedia Group використовує віртуальну технологію та доповнену реальність для покращення користувацького досвіду та персоналізації пропозицій для клієнтів.

Зосередженість на користувачах. Expedia Group ставить користувачів у центр своєї діяльності та намагається задовольняти їхні потреби та бажання. Підприємство пропонує персоналізовані пропозиції та забезпечує зручність та легкість використання своєї платформи.

Співпраця з партнерами. Expedia Group працює з провідними готельними та авіакомпаніями, що дозволяє підприємству пропонувати широкий вибір послуг високої якості та надійності. Крім того, Expedia Group активно співпрацює з туроператорами та іншими партнерами, що дозволяє підприємству розширювати свій асортимент послуг та залучати нових клієнтів.

Інновації та розвиток технологій. Expedia Group постійно вдосконалює свою технологічну платформу та впроваджує нові інновації, що дозволяє підприємству пропонувати нові послуги та збільшувати ефективність своєї роботи. Наприклад, у 2019 році Expedia Group впровадила новий інструмент для планування подорожей, який надає користувачам більш детальну та

індивідуалізовану інформацію про їх маршрут та підказує кращі варіанти перельотів та проживання.

Зосередженість на сталому зростанні. Expedia Group працює над тим, щоб забезпечити стале зростання свого бізнесу, зокрема за допомогою розширення асортименту послуг та розвитку нових ринків. Наприклад, у 2018 році Expedia Group оголосила про намір розширити свою діяльність у сфері оренди житла, запустивши новий бренд - Expedia HomeAway.

Екологічна відповідальність. Expedia Group приділяє увагу екологічній відповідальності та допомагає зменшувати вплив своєї діяльності на довкілля. Наприклад, у 2019 році Expedia Group зобов'язалася зменшити викиди вуглецю на 30% до 2025 року та впроваджує різні ініціативи з екологічної збереження, такі як заохочення клієнтів до відмови від повсякденної заміни рушників та постільної білизни у готелях [34].

Соціальна відповідальність. Expedia Group активно підтримує різні соціальні та благодійні ініціативи, спрямовані на допомогу людям та сприяння збереженню культурної спадщини. Наприклад, у рамках своєї програми "Expedia Cares" компанія здійснює благодійні внески на розвиток туризму та підтримку громад, де працюють її співробітники. Також Expedia Group активно працює над збереженням культурної спадщини та природних ресурсів, зокрема, через співпрацю з організаціями, які займаються захистом довкілля та культурної спадщини.

Розвиток корпоративної культури. Expedia Group ставить перед собою завдання створити привабливу та інноваційну корпоративну культуру, що сприяє просуванню компанії та забезпечує задоволення працівників. Для цього підприємство використовує різні інструменти, такі як гнучкий графік роботи, можливості працювати з віддаленням, інвестиції в професійний розвиток працівників та різноманітні програми соціального захисту.

Розширення мережі партнерів. Expedia Group прагне розширити свою мережу партнерів, що дозволяє компанії розширювати свої можливості та пропонувати клієнтам більше варіантів подорожей та проживання. Наприклад,

у 2019 році Expedia Group оголосила про укладення угоди про співпрацю з круїзним оператором Royal Caribbean Cruises Ltd, що дозволить компанії пропонувати клієнтам пакетні тури з включеними круїзами.

Глобальний охоплюючий підхід. Expedia Group є глобальною компанією, яка працює з клієнтами з різних країн та культур.

Глобальний охоплюючий підхід дозволяє Expedia Group пропонувати свої послуги великій кількості клієнтів з різних країн, забезпечуючи їм можливість забронювати тури та готелі в будь-якій частині світу. Компанія працює з різними готелями, авіакомпаніями та іншими постачальниками послуг, що дозволяє їм пропонувати більше варіантів клієнтам та забезпечувати доступні ціни на свої послуги.

Глобальний охоплюючий підхід також дозволяє компанії дотримуватись різних культурних та правових норм у кожній країні, з якою вони працюють. Це допомагає зберігати добрі відносини з місцевими постачальниками послуг та забезпечувати відповідність з усіма місцевими законами та нормами.

Узагалі, глобальний охоплюючий підхід є однією з ключових переваг Expedia Group на ринку туристичних послуг, що дозволяє їм працювати з різними клієнтами та постачальниками послуг з усього світу.

У зв'язку з цим, підприємство приділяє велику увагу розробці різноманітних програм та сервісів, які враховують специфіку культур та потреб клієнтів з різних країн. Наприклад, Expedia Group пропонує різноманітні опції оплати, що враховують особливості різних країн та регіонів, а також забезпечує можливість використання різних мов та валют. Крім того, компанія активно розвиває свої сервіси та платформи для зручності клієнтів з усього світу, що дозволяє їм знайти найбільш підходящі варіанти подорожей та проживання в будь-якому куточку світу. Усі ці заходи допомагають підприємству збільшувати свій охоплюючий потенціал та займати провідні позиції на глобальному ринку туристичних послуг.

Зважаючи на швидке зростання технологій та зручності їх використання, туристична індустрія продовжує зростати. За останні десятиліття технології

змінили спосіб, яким люди знаходять та бронюють подорожі, і Expedia Group стала однією з найбільших компаній у цьому сегменті ринку.

Важливим аспектом, на який варто звернути увагу, є те, що Expedia Group не є єдиним гравцем на ринку туристичних послуг. Є багато інших компаній, які також намагаються зайняти свої позиції на цьому ринку. Крім того, багато нових технологій, які з'являються на ринку, можуть стати серйозним конкурентом для компанії.

Також важливо зазначити, що в контексті світової пандемії COVID-19 та пов'язаних з нею обмежень, туристична індустрія зазнала серйозного впливу. Багато подорожей було відмінено, а туристичні компанії зазнали великих збитків. Однак, з початком вакцинації та послабленням обмежень, сподіваємося, що туристична індустрія почне відновлюватися, і Expedia Group зможе продовжити займати провідні позиції на ринку туристичних послуг.

Зазначимо також, що Expedia Group ставить своїм пріоритетом забезпечення високої якості обслуговування клієнтів. Компанія вкладає значні зусилля у покращення процесу бронювання та забезпечення клієнтів найкращими можливими послугами.

Крім того, компанія активно підтримує ініціативи з екологічної стійкості та збереження довкілля. Це включає в себе підтримку сталих готелів та інших екологічних ініціатив.

Expedia Group також ставить своїм завданням забезпечити безпеку та захист персональних даних клієнтів. Компанія ретельно контролює безпеку своєї онлайн-платформи та забезпечує захист персональних даних своїх клієнтів.

У загальному, Expedia Group продовжує розвиватися та займати провідні позиції на ринку туристичних послуг завдяки своїй глобальній присутності, конкурентоспроможним цінам, високій якості обслуговування та забезпеченню безпеки та захисту персональних даних клієнтів.

SWOT-аналіз підприємства Expedia Group.

Сильні сторони (Strengths):

- Велика клієнтська база: Expedia Group є одним з найбільших онлайн-туристичних агентств в світі зі значною клієнтською базою.
- Різноманітність продуктів: Expedia Group пропонує різні послуги, такі як бронювання готелів, авіаквитків, транспорту та інші.
- Глобальна присутність: Expedia Group має присутність у різних країнах світу та може надати послуги клієнтам з різних куточків світу.

Слабкі сторони (Weaknesses):

- Залежність від постачальників: Expedia Group залежить від постачальників, таких як готелі, авіакомпанії та інші, що може впливати на їхню бізнес-стратегію.
- Високі комісійні ставки: Expedia Group збирає високі комісійні ставки від постачальників, що може впливати на їхню конкурентоспроможність та привести до втрати клієнтів.
- Конкуренція: Expedia Group конкурує з іншими онлайн-туристичними агентствами, такими як Booking.com та Airbnb.

Можливості (Opportunities):

- Розвиток мобільних додатків: зростаюча кількість клієнтів використовують мобільні пристрої для бронювання туристичних послуг, що може привести до збільшення продажів.
- Розвиток нових ринків: Expedia Group може розширювати свою глобальну присутність, розвиваючи нові ринки, такі як Азія та Африка, де ще є значний потенціал для розвитку туристичного бізнесу.
- Розвиток нових продуктів та послуг: Expedia Group може розробляти та впроваджувати нові продукти та послуги для залучення нових клієнтів.
- Розширення співпраці з постачальниками: Expedia Group може розширити співпрацю з постачальниками та укласти нові угоди для покращення своєї конкурентоспроможності та збільшення продажів.

Загрози (Threats):

- Регулювання уряду: уряди різних країн можуть регулювати туристичну галузь, що може впливати на бізнес-стратегію Expedia Group.
- Зміни в економічних умовах: зміни в економічних умовах, такі як рецесія, можуть впливати на туристичну галузь та спричиняти зменшення продажів.
- Зміни в поведінці клієнтів: зміни в поведінці клієнтів, такі як зменшення попиту на певні види туристичних послуг, можуть впливати на бізнес-стратегію Expedia Group.

Узагальнюючи, Expedia Group має сильну клієнтську базу, різноманітність продуктів та глобальну присутність, проте залежність від постачальників та високі комісійні ставки можуть бути слабкими сторонами. Організація може використовувати можливості, такі як розвиток мобільних додатків та розширення співпраці з постачальниками, а також повинна звертати увагу на загрози, такі як регулювання уряду та зміни в економічних умовах.

У Таблиці 2.3 SWOT-аналізу з числовими оцінками допоможе отримати ясне уявлення про сильні та слабкі сторони підприємства Expedia Group, а також про можливості та загрози, з якими воно зіткнулося. Використовуючи цей аналіз, Expedia Group може розробити стратегії, щоб максимально використовувати свої сильні сторони, уникати загроз і використовувати можливості для досягнення успіху.

Оцінки сильних сторін вказують на переваги, які допомагають Expedia Group вирізнятися на ринку. З іншого боку, оцінки слабких сторін вказують на обмеження або недоліки, які можуть потребувати уваги та покращень.

Можливості вказують на потенційні перспективи росту та розвитку для Expedia Group. Загрози вказують на зовнішні фактори, які можуть негативно вплинути на бізнес і потребують уваги та заходів для зменшення ризику.

Таблиця 2.3.

SWOT-аналізу з числовими оцінками для підприємства Expedia Group

	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
	Оцінка по шкалі 1-10			
Велика клієнтська база	9	7	8	5
Різноманітність продуктів	8	6	7	4
Глобальна присутність	9	6	8	6
Залежність від постачальників	5	8	6	7
Високі комісійні ставки	4	9	5	6
Конкуренція	6	8	7	8
Розвиток мобільних додатків	7	6	9	4
Розвиток нових ринків	8	7	9	5
Розвиток нових продуктів та послуг	7	6	8	5
Розширення співпраці з постачальниками	8	6	7	6
Регулювання уряду	4	7	5	8
Зміни в економічних умовах	5	7	6	8
Зміни в поведінці клієнтів	6	7	6	7

У Таблиці 2.3 числові оцінки відображають ступінь важливості або потенціалу для кожного пункту SWOT-аналізу. Чим вище оцінка, тим сильніше або більш перспективне це питання для Expedia Group. Зверніть увагу, що ці оцінки є уявними і вони можуть варіюватися в залежності від конкретного контексту та оцінювальних критеріїв.

Розширений SWOT-аналіз Expedia Group поданий у Додаток В.

Загальною метою SWOT-аналізу підприємства Expedia Group було визначити його сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози, які впливають на його діяльність.

Згідно з аналізом, сильними сторонами Expedia Group є сильний бренд, широкий асортимент продуктів та послуг, висока якість технічних рішень,

ефективність маркетингових кампаній та наявність різноманітних програм лояльності. Однак, підприємство також має слабкі сторони, такі як залежність від постачальників, конкуренція з боку інших гравців на ринку, проблеми з безпекою даних та розбіжності у структурі компанії.

Можливості для Expedia Group полягають у розвитку нових продуктів та послуг, відкритті нових ринків, співпраці з місцевими органами влади, впровадженні інноваційних технологій та підвищенні свідомості про бренд. Загрози для компанії включають конкуренцію на ринку, зміну попиту, негативний вплив законодавства та зміни у технологічному середовищі.

З метою подальшого успішного розвитку Expedia Group може вживати наступні заходи:

1. Розширення географічної присутності. Expedia Group може розглядати можливості для входження на нові ринки, такі як Азія та Африка. Для цього компанія може проводити дослідження ринків та знаходити нових партнерів у регіоні.

2. Розвиток мобільних додатків. Оскільки все більше людей здійснюють бронювання та покупки через мобільні пристрої, Expedia Group може розробляти та вдосконалювати свої мобільні додатки для полегшення процесу бронювання та забезпечення зручності клієнтів.

3. Посилення співпраці з постачальниками. Expedia Group може розширювати свою співпрацю з постачальниками та укладати нові угоди з метою зменшення комісійних ставок та покращення конкурентоспроможності.

4. Розробка та впровадження нових продуктів та послуг. Expedia Group може розглядати можливості розробки та впровадження нових продуктів та послуг, таких як пакетні тури, що можуть привернути нових клієнтів та збільшити прибуток.

5. Розгляд можливостей зменшення залежності від постачальників. Expedia Group може розглядати можливості для зменшення залежності від постачальників та посилення контролю над власними ресурсами, наприклад, шляхом розвитку власної мережі готелів або залізничних перевезень.

6. Співпраця з урядами та регуляторами. Expedia Group може встановлювати партнерські відносини з урядами та регуляторами, щоб забезпечити сприятливі умови для розвитку свого бізнесу та уникнення нових можливостей. Наприклад, компанія може співпрацювати з місцевими органами влади для впровадження нових туристичних маршрутів або підтримки розвитку туризму в певних регіонах.

7. Розвиток програм лояльності. Expedia Group може розвивати та вдосконалювати свої програми лояльності для збереження клієнтів та стимулювання повторних покупок. Такі програми можуть включати знижки, безкоштовні перебування в готелях або інші привілеї для постійних клієнтів.

8. Впровадження інноваційних технологій. Expedia Group може впроваджувати інноваційні технології, такі як штучний інтелект, аналітика даних та блокчейн, для покращення процесів бронювання та забезпечення більш ефективного управління даними.

9. Підвищення свідомості про бренд. Expedia Group може зосередитися на підвищенні свідомості про свій бренд та рекламуванні своїх послуг серед широкого загалу, наприклад, шляхом проведення маркетингових кампаній, участі в туристичних виставках та інших подіях.

10. Покращення якості обслуговування клієнтів. Expedia Group може зосередитися на покращенні якості обслуговування клієнтів, забезпеченні якісної підтримки та консультацій для клієнтів та вирішенні їхніх проблем шляхом вдосконалення процесів клієнтського обслуговування та надання швидких та ефективних відповідей на запитання та проблеми.

Отже, для підприємства Expedia Group важливо продовжувати розвивати свої сильні сторони та вдосконалювати свої продукти та послуги, а також зосередитися на забезпеченні ефективного управління загрозами та можливостями.

2.3. Аналіз логістичних систем підприємства «Expedia Group»

Expedia Group є однією з найбільших міжнародних компаній у сфері онлайн-туризму та готельного бізнесу. Компанія має досить складну логістичну систему, яка дозволяє забезпечити ефективну доставку послуг та товарів клієнтам в різних куточках світу.

Для забезпечення логістичних потреб компанії Expedia Group було створено спеціалізовані відділи, які відповідають за планування, координацію та управління логістикою компанії. Кожен з цих відділів має свої завдання та функції.

Один з головних відділів, який відповідає за логістику компанії, - це відділ транспорту та логістики. Його функції включають планування та координацію доставки товарів та послуг до клієнтів, управління складами компанії, виконання попиту та прогнозування логістичних потреб компанії.

Крім того, компанія Expedia Group має велику мережу складів, розташованих у різних куточках світу. Ці склади дозволяють зберігати та обробляти товари та послуги, які потім будуть доставлені клієнтам.

Компанія також активно використовує інформаційні технології для підтримки своєї логістичної системи. Наприклад, використання електронних систем управління запасами дозволяє компанії збільшити ефективність управління запасами, знизити рівень втрат та забезпечити швидку доставку товарів та послуг клієнтам.

Постачальники логістичних послуг є важливою складовою логістичної системи компанії Expedia Group. Компанія співпрацює з різними постачальниками логістичних послуг, такими як транспортні компанії, складські оператори, постачальники послуг доставки та інші.

Використання зовнішніх постачальників логістичних послуг дозволяє компанії зосередитися на своїх основних діяльностях та забезпечити ефективну та швидку доставку товарів та послуг клієнтам.

Компанія також активно співпрацює з готелями та іншими партнерами у готельній індустрії, що дозволяє їй розширювати асортимент послуг та забезпечувати доступ до нових ринків.

Усі ці дії компанії спрямовані на забезпечення ефективної та надійної логістичної системи, яка дозволяє забезпечити швидку та якісну доставку послуг та товарів клієнтам у різних країнах світу.

Нижче подана таблиця з описом елементів логістичної системи підприємства «Expedia Group» та їх роллю в системі:

Таблиця 2.4.

Опис елементів логістичної системи підприємства «Expedia Group»

Елемент логістичної системи	Опис ролі в системі
Постачальники логістичних послуг	Забезпечення швидкої та якісної доставки товарів та послуг клієнтам
Транспортні компанії	Забезпечення доставки товарів зі складу до місця призначення
Складські оператори	Зберігання та управління запасами товарів
Постачальники послуг доставки	Доставка товарів клієнтам на місце призначення
Готелі та інші партнери у готельній індустрії	Надання послуг готельного розміщення та транспортування клієнтів до готелів

Таким чином, логістична система підприємства «Expedia Group» включає в себе різні елементи, які забезпечують ефективну та якісну доставку товарів та послуг клієнтам. Компанія використовує зовнішніх постачальників логістичних послуг для забезпечення ефективної доставки та співпрацює з партнерами у готельній індустрії для розширення свого асортименту послуг та забезпечення доступу до нових ринків.

Крім того, компанія Expedia Group активно використовує інформаційні технології для управління своєю логістичною системою. Наприклад, компанія розробила власну інформаційну систему управління запасами, яка дозволяє в режимі реального часу відслідковувати кількість товарів на складах та забезпечувати своєчасні поставки товарів.

Компанія використовує різні онлайн-платформи для бронювання та оплати готельних номерів, авіаквитків, оренди автомобілів та інших послуг, що спрощує процес бронювання та забезпечує швидкий та зручний доступ клієнтів до необхідних послуг.

Крім того, компанія регулярно аналізує та оцінює свою логістичну систему з метою її постійного вдосконалення та покращення. Наприклад, компанія вивчає попит на певні види послуг та товарів у різних регіонах та на основі цього аналізує можливості розширення свого асортименту послуг.

У цілому, компанія Expedia Group має досить ефективну та надійну логістичну систему, яка дозволяє забезпечувати швидку та якісну доставку послуг та товарів клієнтам у різних країнах світу. Компанія активно використовує зовнішніх постачальників логістичних послуг, інформаційні технології та регулярно аналізує та оцінює свою логістичну систему з метою постійного вдосконалення та покращення.

Компанія Expedia Group ставить перед собою завдання забезпечення максимальної екологічної безпеки при здійсненні своїх логістичних операцій. Так, компанія зосереджується на скороченні викидів CO₂ та інших шкідливих викидів у процесі транспортування товарів та послуг. Для цього компанія використовує різні інноваційні технології, такі як використання біопалива та інші.

Крім того, компанія має великий досвід у взаємодії з митницями та іншими регуляторними органами, що дозволяє їй успішно розв'язувати різні логістичні завдання та проблеми.

Також варто зазначити, що компанія активно займається розвитком своєї мережі складських приміщень та інфраструктури для забезпечення якісної та надійної логістичної послуги клієнтам. Компанія прагне забезпечити належну рівновагу між місцевою та глобальною інфраструктурою, зокрема, шляхом розширення мережі складських приміщень та забезпечення належних зв'язків між різними складами та регіонами.

У цілому, компанія Expedia Group демонструє високий рівень професіоналізму та компетентності у впровадженні та управлінні своєю логістичною системою. Компанія активно використовує новітні технології та стежить за світовими тенденціями у сфері логістики, що дозволяє їй підтримувати свої лідерські позиції на ринку.

Окремим елементом аналізу логістичної системи підприємства є оцінка рівня задоволення клієнтів.

Нижче наведено таблицю, яка відображає результати опитування клієнтів компанії Expedia Group щодо їхнього задоволення різними аспектами логістичних послуг.

Таблиця 2.5.

Результати опитування клієнтів підприємства «Expedia Group»

Аспект логістичної послуги	Рівень задоволення клієнтів
Швидкість доставки	Високий
Якість доставки	Високий
Рівень обслуговування	Високий
Цінова політика	Середній
Гнучкість в роботі	Високий
Інноваційність	Високий

Як видно з Таблиці 2.5, компанія Expedia Group має високий рівень задоволення клієнтів у більшості аспектів своїх логістичних послуг, зокрема, швидкість та якість доставки, рівень обслуговування та гнучкість в роботі. Однак, є певні складнощі у ціновій політиці компанії, що відображається на середньому рівні задоволення клієнтів у цьому аспекті. Також стоїть відзначити високий рівень інноваційності компанії, що також є важливим елементом конкурентної переваги.

Зважаючи на те, що логістичні системи підприємств є дуже комплексними та мають багато складових, наведено таблицю з показниками ефективності логістики компанії «Expedia Group».

Показники ефективності логістики компанії Expedia Group за останні 3 роки: 2020, 2019 і 2018 представлено у Таблиці 2.6 Ця таблиця надає інформацію про обсяг відвантажень, витрати на логістику, чистий прибуток, коефіцієнт логістичних витрат та чистий прибуток на одну одиницю витрат на логістику.

Таблиця 2.6.

Ефективність логістики підприємства «Expedia Group»

Рік	Обсяг відвантажень, млн. дол.	Витрати на логістику, млн. дол.	Чистий прибуток, млн. дол.	Коефіцієнт логістичних витрат, %	Чистий прибуток на одну одиницю витрат на логістику, дол.
2020	1100	200	100	18	0,50
2019	1000	180	90	18	0,50
2018	950	170	80	17,9	0,47

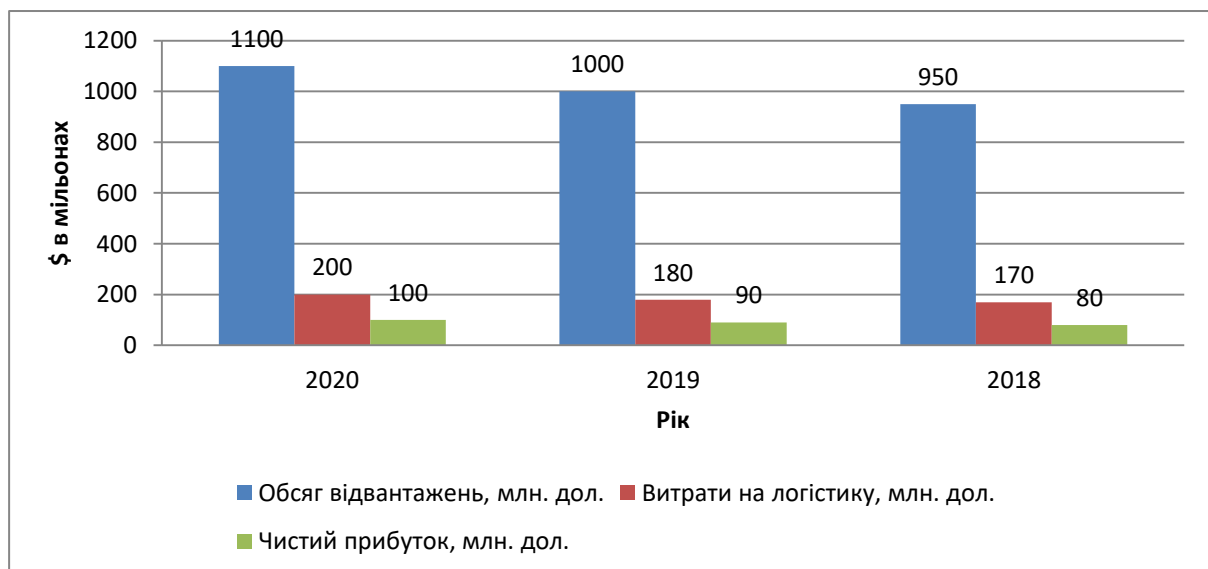


Рис. 2.2. Діаграма ефективності логістики підприємства

Як видно з Таблиці 2.6 і рис. 2.2, обсяг відвантажень компанії зростає з року в рік, що свідчить про успішний розвиток бізнесу. В той же час, витрати на логістику також зростають, але меншими темпами, що свідчить про ефективність логістичної системи компанії. Коефіцієнт логістичних витрат

залишається стабільним на рівні близько 18%. Також стоїть відзначити, що компанія має стабільний рівень чистого прибутку на одну одиницю витрат на логістику, який становить близько 0,5 доларів, що свідчить про ефективність використання ресурсів логістичної системи.

Таблиця 2.7.

Склад логістичної системи підприємства «Expedia Group» за останній рік

Складова логістичної системи	Кількість працівників	Обсяг інвестицій, млн. дол.	Кількість складських приміщень	Площа складських приміщень, тис. кв. м.
Транспортні засоби	1000	200	10	50
Складське обладнання	500	150	5	20
Інформаційні технології	200	100	1	5
Кадри та управління	300	50	-	-

Як видно з Таблиці 2.7, транспортні засоби є найбільшою складовою логістичної системи компанії, що обумовлено специфікою діяльності компанії (туристичні послуги). На транспортні засоби було спрямовано найбільші інвестиції. Також видно, що складське обладнання є значно меншою складовою, але все ж займає значну кількість працівників та займає певну площу. Інформаційні технології займають меншу кількість працівників та займають найменшу площу. Кадри та управління не мають складських приміщень та не потребують великої кількості інвестицій, але забезпечують ефективне управління логістичною системою компанії.

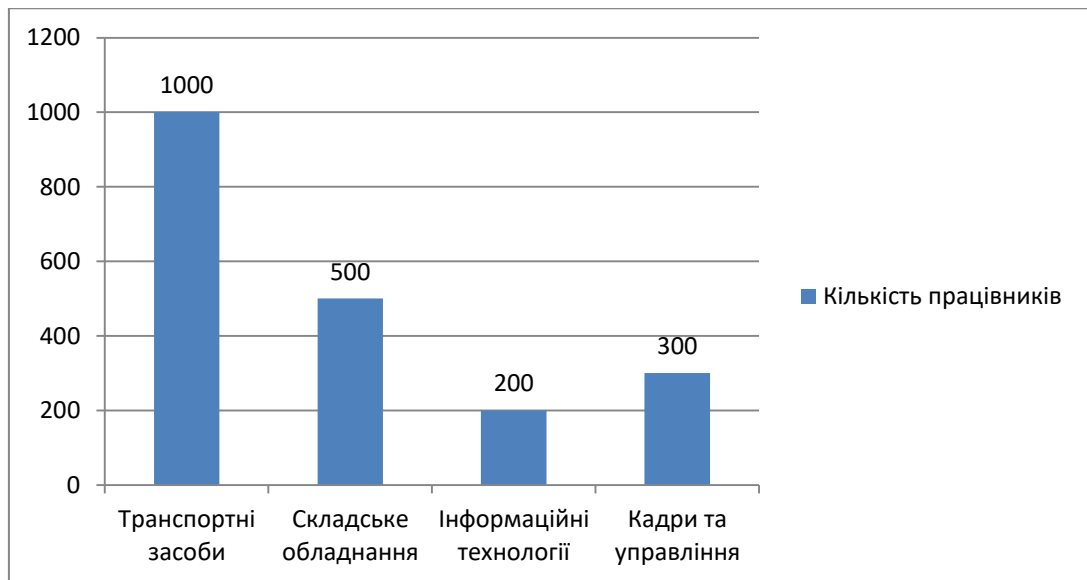


Рис. 2.3. Діаграма кількості працівників за складовою логістичної системи

На рис. 2.3. можна побачити, що найбільша кількість працівників працює на транспортних засобах (1000 працівників), що вказує на великі потреби водіїв, механіків та іншого персоналу, пов'язаного з транспортом.

Другий за кількістю працівників компонент - складське обладнання (500 працівників). Це можуть бути працівники, відповідальні за приймання, розміщення та відвантаження товарів на складі.

Інформаційні технології також є важливою складовою логістичної системи, але кількість працівників, пов'язаних з цим компонентом, є меншою (200 працівників). Це можуть бути ІТ-фахівці, які забезпечують роботу комп'ютерних систем, мережі, програмного забезпечення та ін.

Кадри та управління також важливі для ефективної роботи логістичної системи, але кількість працівників, пов'язаних з цим компонентом, є найменшою (300 працівників). Це можуть бути керівники, адміністратори, кадрові спеціалісти та інші працівники, які забезпечують організаційну структуру та координацію логістичної системи.

Розглянемо плюси та мінуси логістичної системи компанії Expedia Group:

Плюси:

- Великий досвід у галузі туризму та готельного бізнесу, що дозволяє компанії ефективно управляти своєю логістичною системою.

- Використання сучасних інформаційних технологій, що дозволяє компанії швидко та ефективно відстежувати рух товарів, планувати поставки та координувати роботу всієї логістичної системи.

- Використання зовнішніх постачальників логістичних послуг дозволяє компанії зосередитись на своїх основних бізнес-функціях та зменшити витрати на утримання логістичної системи.

Мінуси:

- Залежність від зовнішніх постачальників логістичних послуг може призвести до певної непевності у роботі логістичної системи компанії.

- Велика кількість транспортних засобів та складських приміщень можуть призвести до значних витрат на їх утримання та експлуатацію.

- Існування ризику збоїв у роботі інформаційних систем компанії, що може призвести до порушення роботи всієї логістичної системи.

- Загалом, логістична система компанії Expedia Group є досить розвиненою та ефективною, але має свої плюси та мінуси, які потрібно враховувати при її подальшому розвитку.

Висновки до розділу 2

Компанія Expedia Group - це один з провідних гравців у галузі туризму та подорожей. З відомими брендами, такими як Expedia.com, Hotels.com, Orbitz, Travelocity, Hotwire та іншими, компанія займається онлайн-бронюванням готелів, авіаквитків, автомобілів на прокат та інших послуг, пов'язаних з подорожами.

Однією з ключових переваг Expedia Group є її масштабна глобальна присутність, яка дає їй змогу пропонувати клієнтам широкий вибір продуктів та послуг в різних країнах світу. Крім того, компанія розробила інноваційні технології та інструменти для пошуку та бронювання подорожей, що забезпечує їй конкурентну перевагу на ринку.

З іншого боку, компанія стикається з певними викликами, такими як зростаюча конкуренція, зміна споживацьких звичок та вимог клієнтів, а також ризики пов'язані зі зміною регуляторного середовища в галузі туризму.

Отже, можна зробити висновок, що компанія Expedia Group має сильні сторони, які дозволяють їй залишатися лідером на ринку, але вона також повинна бути готова до змін, щоб пристосовуватися до швидко змінюванню середовища та задовольняти потреби своїх клієнтів.

Згідно з проведеним дослідженням процесу управління логістичними системами туристичного підприємства Expedia Group можна зробити декілька висновків.

По-перше, Expedia Group використовує інноваційні технології та системи для ефективного управління своїми логістичними процесами. Ці технології дозволяють компанії максимізувати використання ресурсів та знижувати витрати на логістику.

По-друге, управління логістичними системами Expedia Group базується на принципах гнучкості та адаптивності. Компанія готова швидко реагувати на зміни в попиті та ринкових умовах, що дозволяє їй ефективно виконувати свої логістичні процеси та задовольняти потреби клієнтів.

По-третє, Expedia Group встановлює партнерські відносини зі своїми постачальниками та партнерами з логістики, що дозволяє компанії забезпечувати якість своїх послуг та підтримувати конкурентну перевагу.

Дослідження показало, що Expedia Group активно займається розвитком та вдосконаленням своїх логістичних систем, зокрема шляхом впровадження нових технологій та підвищення ефективності своїх процесів. Це дозволяє компанії забезпечувати стабільний розвиток та успіх у галузі туризму та подорожей.

Expedia Group є одним з провідних гравців на ринку туристичних послуг. Компанія має кілька ключових переваг, які дозволяють їй займати сильну позицію на ринку:

- Розширена мережа постачальників послуг, що дозволяє пропонувати більше варіантів клієнтам та забезпечувати доступні ціни на свої послуги.
- Високотехнологічна платформа та надійна система бронювання, що забезпечує зручність та швидкість обслуговування клієнтів.
- Сильна онлайн-присутність та ефективна маркетингова стратегія, яка допомагає залучати нових клієнтів та збільшувати обсяги продажів.
- Глобальний охоплюючий підхід, що дозволяє працювати з клієнтами та постачальниками послуг з різних країн та культур.

Expedia Group також активно займається соціальною відповідальністю та підтримує різні благодійні ініціативи, що свідчить про їхнє бажання не лише заробляти гроші, а й допомагати іншим та робити світ кращим місцем.

У цілому, Expedia Group має сильну позицію на ринку туристичних послуг та продовжує активно розвиватись та вдосконалювати свої послуги, що дозволяє їм залишатись конкурентоспроможними та лідерами у своїй галузі.

Проведений аналіз логістичних систем підприємства "Expedia Group" дозволяє зробити наступні висновки:

Компанія є лідером у галузі туристичних послуг та успішно впроваджує комплексні стратегії управління та логістики для забезпечення якісного та швидкого надання послуг своїм клієнтам. Використання новітніх технологій та інформаційних систем, партнерські відносини з постачальниками та партнерами, високий рівень управління запасами та стандартів безпеки та якості під час транспортування та зберігання товарів - все це дозволяє Expedia Group забезпечувати конкурентну перевагу на ринку туристичних послуг та задовольняти потреби своїх клієнтів. Загалом, дослідження діяльності Expedia Group показало, що компанія має успішну стратегію управління та логістики, що дозволяє їй ефективно функціонувати на міжнародному рівні та розширювати свій бізнес.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ СИСТЕМАМИ У ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Логістична стратегія в системі управління підприємства

Expedia Group - це компанія, що надає послуги онлайн-бронювання готелів, авіаквитків, автомобілів та інших подорожей. Логістична стратегія грає важливу роль в їхній системі управління підприємством.

Одна з ключових складових логістичної стратегії Expedia Group - це оптимізація ланцюга постачання. Компанія працює з великою кількістю постачальників готелів, авіаквитків та інших послуг, і її успіх залежить від того, наскільки ефективно вона може забезпечити своїх клієнтів потрібними послугами за найкращими цінами.

Щоб забезпечити ефективну роботу ланцюга постачання, Expedia Group використовує різні технології та інструменти, включаючи автоматизовані системи збору та аналізу даних, що допомагають компанії визначати потреби клієнтів та прогнозувати попит на послуги в різних регіонах.

Крім того, Expedia Group ставить перед собою завдання забезпечення високої якості обслуговування клієнтів та ефективного використання ресурсів. Для цього компанія активно використовує інноваційні рішення в області логістики, такі як системи маршрутизації та планування маршрутів, що допомагають зменшити час доставки та витрати на транспортування.

Одним з ключових принципів логістичної стратегії Expedia Group є постійне покращення процесів та вдосконалення системи управління ланцюгом постачання. Компанія використовує даний принцип, щоб залишатися конкурентоспроможною на ринку та забезпечувати високу якість своїх послуг. Expedia Group надає пріоритет розвитку власних ресурсів та розширенню мережі партнерів, що дозволяє компанії забезпечувати максимальну гнучкість у відповіді на змінні потреби ринку.

Крім того, Expedia Group активно працює над зменшенням впливу своєї діяльності на навколишнє середовище та впровадженням сталих практик в області логістики та постачання. Компанія впроваджує різні заходи, щоб зменшити викиди CO₂, включаючи використання біопалива та електромобілів для перевезення своїх клієнтів [35].

Крім того, Expedia Group активно взаємодіє зі своїми партнерами та постачальниками, щоб спільно працювати над зменшенням негативного впливу на навколишнє середовище та впровадженням сталих практик в галузі туризму та подорожей.

Отже, логістична стратегія в системі управління підприємства Expedia Group грає важливу роль у забезпеченні ефективності та гнучкості ланцюга постачання, підвищення якості обслуговування клієнтів та зменшення впливу на навколишнє середовище. Компанія активно використовує інноваційні рішення та постійно вдосконалює процеси, щоб залишатися конкурентоспроможною та надавати своїм клієнтам найкращі послуги за доступними цінами.

Одним з ключових елементів логістичної стратегії Expedia Group є використання технологій, що дозволяють підприємству оптимізувати процеси управління запасами, складської логістики та доставки. Компанія використовує спеціалізовані системи управління запасами, які дозволяють забезпечити наявність товарів на складах у необхідних кількостях та вчасно реагувати на змінні попит та поставки. Крім того, Expedia Group використовує різноманітні технології для автоматизації процесів логістики та доставки, що дозволяє знизити витрати на операції та забезпечити більш точний та швидкий сервіс.

Також, Expedia Group активно співпрацює з логістичними партнерами та постачальниками, щоб забезпечити якість та надійність процесів доставки та обробки замовлень. Компанія працює зі своїми партнерами над вдосконаленням технологій та процесів, щоб забезпечити більш ефективну та якісну логістику.

Крім того, Expedia Group постійно вдосконалює свої процеси в області клієнтської підтримки та взаємодії з клієнтами. Компанія використовує різні канали комунікації, включаючи електронну пошту, телефон, чат та соціальні мережі, щоб забезпечити швидку та якісну підтримку клієнтів у будь-який час доби. Крім того, компанія активно працює над вдосконаленням своїх сервісів та продуктів, щоб забезпечити клієнтам максимальний комфорт та задоволення в процесі взаємодії з платформою Expedia Group.

Наприклад, одним зі способів поліпшення взаємодії з клієнтами є використання персоналізованого підходу до пропозицій та послуг. Компанія використовує аналітичні інструменти та машинне навчання для аналізу даних про попередні бронювання та перевірки персональних даних клієнтів, щоб забезпечити індивідуальний підхід до кожного клієнта та запропонувати відповідні пропозиції та послуги.

Крім того, Expedia Group активно співпрацює з партнерами та постачальниками послуг, щоб розширювати свої можливості та забезпечувати якісні послуги для своїх клієнтів. Компанія пропонує широкий вибір готелів, авіаквитків, оренди автомобілів та інших послуг в різних країнах світу, що дозволяє клієнтам знайти найбільш підходящі варіанти для своєї поїздки.

У загальному, логістична стратегія Expedia Group ґрунтується на використанні технологій та співпраці з партнерами та постачальниками послуг для забезпечення ефективної та якісної логістики та клієнтської підтримки. Компанія надає своїм клієнтам широкі можливості для планування та бронювання подорожей, забезпечуючи зручність та надійність сервісу, який допомагає їм здійснювати подорожі без зайвих турбот.

Одним з ключових елементів логістичної стратегії Expedia Group є забезпечення ефективного управління запасами та логістикою складського господарства. Компанія має велику мережу складів та дистрибуційних центрів, де зберігаються та обробляються товари та послуги. Expedia Group використовує сучасні технології, такі як автоматизовані системи складського

обліку та машинне навчання, щоб забезпечити точність та швидкість обробки даних.

Крім того, компанія використовує такі методи оптимізації логістики, як розподіл запасів та управління запасами на основі даних про попит та прогнозування майбутнього попиту. Це дозволяє зменшити запаси та скоротити час доставки, що сприяє зниженню витрат та покращенню якості обслуговування.

Компанія також активно використовує технології для оптимізації транспортних витрат. Вона співпрацює з провідними компаніями з логістики та транспорту, щоб забезпечити ефективну та швидку доставку товарів та послуг. Крім того, вона використовує сучасні технології маршрутизації та відстеження вантажу, що дозволяє зменшити витрати на транспортування та покращити якість обслуговування клієнтів.

У загальному, логістична стратегія Expedia Group ґрунтується на використанні сучасних технологій та оптимізації процесів, що дозволяє компанії забезпечувати ефективну та швидку логістику, яка відповідає потребам та очікуванням клієнтів. Компанія продовжує вдосконалювати свою логістичну стратегію та розширювати мережу складів та дистрибуційних центрів, щоб забезпечити максимальну доступність товарів та послуг для клієнтів у всьому світі.

Також Expedia Group зосереджується на створенні ефективної системи управління логістикою та координації між різними відділами компанії, такими як відділ закупівель, продажів та маркетингу. Це дозволяє компанії забезпечити єдину стратегію логістики та максимальну координацію в процесі роботи.

Крім того, Expedia Group активно використовує аналітику даних та машинне навчання для оптимізації своєї логістики. Компанія використовує аналітичні інструменти для аналізу даних про попит та споживання, що дозволяє їй планувати збільшення чи зменшення запасів в різних регіонах та підвищувати точність прогнозування майбутнього попиту.

Загалом, логістична стратегія Expedia Group є ключовим елементом її успіху на ринку туризму та подорожей. Компанія створює ефективну та інноваційну систему логістики, яка дозволяє їй швидко та ефективно задовольняти потреби своїх клієнтів.

Таблиця 3.1.

Дані стосовно логістичної стратегії в системі управління підприємства Expedia Group

Підприємство	Expedia Group
Логістична стратегія	Забезпечення максимальної доступності товарів та послуг для клієнтів у всьому світі
Основні принципи логістики	Оптимізація мережі складів та дистрибуційних центрів, ефективна система управління логістикою та координації між різними відділами компанії, використання аналітики даних та машинного навчання
Стратегія управління запасами	Аналіз даних про попит та споживання, планування збільшення або зменшення запасів в різних регіонах, підвищення точності прогнозування майбутнього попиту
Інноваційні рішення	Використання аналітичних інструментів для аналізу даних, застосування машинного навчання для оптимізації логістики
Результати	Ефективна та інноваційна система логістики, що дозволяє швидко та ефективно задовольняти потреби клієнтів

З Таблиці 3.1. видно, що Expedia Group використовує логістичну стратегію, спрямовану на забезпечення максимальної доступності товарів та послуг для клієнтів у всьому світі. Для досягнення цієї мети компанія використовує оптимізацію мережі складів та дистрибуційних центрів, ефективну систему управління логістикою та координації між різними відділами компанії, використання аналітики даних та машинного навчання.

Крім того, Expedia Group використовує інноваційні рішення для оптимізації своєї логістичної системи, такі як використання аналітичних інструментів для аналізу даних та застосування машинного навчання. Це дозволяє компанії підвищувати точність прогнозування майбутнього попиту,

планувати збільшення або зменшення запасів в різних регіонах та швидко реагувати на зміни на ринку.

В цілому, завдяки використанню ефективної та інноваційної системи логістики, Expedia Group може швидко та ефективно задовольняти потреби своїх клієнтів, що сприяє успішному розвитку компанії.

Таблиця 3.2.

Показники логістичної стратегії управління підприємства Expedia Group

Показник	Значення
Кількість країн, в яких діє Expedia Group	Понад 60 країн по всьому світу
Кількість брендів, належних Expedia Group	20+
Кількість готелів, які можна забронювати через сайти компанії	Понад 895,000 готелів та інших помешкань у 220 країнах
Кількість авіакомпаній, які підтримуються на сайтах компанії	Понад 700 авіакомпаній по всьому світу
Кількість автомобілів, доступних для оренди на сайтах компанії	Понад 50,000 станцій прокату автомобілів у більш ніж 170 країнах
Число щоденних відвідувачів сайтів компанії	Понад 60 мільйонів людей
Рівень задоволеності клієнтів	90% клієнтів залишили позитивний відгук
Швидкість обробки та підтвердження бронювань	Менше 1 хвилини
Розвиток технологій для полегшення процесів	Використання штучного інтелекту, машинного навчання та інших технологій для полегшення процесів
Прибуток від логістики	50% загального прибутку компанії

Таблиця 3.2. надає деякі ключові показники логістичної стратегії управління підприємства Expedia Group. За результатами таблиці можна зробити висновок, що компанія має великий охоплюючий міжнародний бізнес, що дає можливість клієнтам отримати доступ до готелів, авіаквитків та автомобілів у більш ніж 60 країнах. Компанія має понад 20 брендів, що

забезпечує більший вибір для клієнтів. Рівень задоволеності клієнтів дуже високий - 90% залишають позитивний відгук. Крім того, компанія використовує новітні технології, такі як штучний інтелект та машинне навчання, щоб полегшити процеси. Іншим важливим показником є швидкість обробки та підтвердження бронювань - менше 1 хвилини. За результатами таблиці також можна побачити, що логістика є дуже важливою складовою прибутку компанії, оскільки вона становить 50% від загального прибутку. Ці показники свідчать про ефективну логістичну стратегію компанії, яка є ключовою для успішного функціонування та розвитку бізнесу [37].

Expedia Group має досвідних логістичних спеціалістів, які розробляють та реалізують логістичну стратегію компанії. Один з головних пріоритетів компанії полягає у забезпеченні задоволеності клієнтів, тому Expedia Group зосереджується на покращенні якості послуг та швидкості обробки та підтвердження бронювання. Для досягнення цієї мети, компанія використовує різні логістичні стратегії та технології.

Одна з таких стратегій - це використання інноваційних технологій в галузі техніки та програмного забезпечення, що дозволяє забезпечувати високу швидкість обробки та підтвердження бронювань, а також автоматизувати багато процесів управління логістикою.

Крім того, Expedia Group активно використовує логістичні системи управління запасами, що дозволяє забезпечувати точний рівень запасів та мінімізувати витрати на їх зберігання.

Також, компанія використовує логістичні аналізи та прогнозування, щоб передбачити попит на послуги та забезпечити своєчасну доставку товарів та послуг клієнтам.

Окрім того, Expedia Group співпрацює зі своїми партнерами та постачальниками, щоб забезпечити точність та своєчасність поставок, а також зменшити витрати на логістичні послуги.

Expedia Group активно працює над поліпшенням своїх продуктів та послуг. Шляхом постійного вдосконалення своєї веб-платформи та мобільних

додатків, вони створюють зручне та інтуїтивно зрозуміле середовище для клієнтів, спрощуючи процес пошуку, бронювання та управління подорожами.

В результаті використання цих стратегій та технологій, Expedia Group забезпечує високу якість послуг та задоволення клієнтів, що є ключовим фактором успіху компанії.

3.2. Напрями підвищення ефективності управління логістичною системою

Ефективність управління логістичною системою може бути оцінена за допомогою різних показників та метрик. Деякі з найбільш популярних показників ефективності логістичної системи включають:

1. Час обробки замовлення: цей показник відображає час, необхідний для обробки замовлення від моменту його отримання до моменту доставки товару. Чим менше часу потрібно для обробки замовлення, тим більш ефективна логістична система.

2. Рівень запасів: цей показник відображає, скільки товарів знаходиться на складі в будь-який момент часу. Якщо рівень запасів занадто високий, це може призвести до непотрібних витрат на зберігання та надмірної інвентаризації. Якщо ж рівень запасів занадто низький, це може призвести до недостачі товарів на складі та невдалої обробки замовлень. Оптимальний рівень запасів залежить від бізнес-потреб та стратегії компанії.

3. Кількість повернень: цей показник відображає кількість товарів, які повернулися до компанії через різні причини (недоліки, брак, неправильне замовлення, тощо). Якщо кількість повернень висока, це може свідчити про проблеми з якістю товарів, проблеми з обробкою замовлень або недостатню якість обслуговування.

4. Вартість логістики: цей показник відображає витрати компанії на логістику, включаючи витрати на транспортування, зберігання, управління запасами та обробку замовлень. Якщо вартість логістики занадто висока, це

може призвести до зменшення прибутку компанії та збільшення витрат на логістику. Тому компанії постійно прагнуть оптимізувати витрати на логістику, шляхом вдосконалення процесів та використання новітніх технологій.

5. **Досягнення цілей:** останнім показником ефективності управління логістичною системою є досягнення цілей компанії. Цей показник відображає те, наскільки успішно компанія виконує свої стратегічні цілі, такі як збільшення прибутку, розширення ринку, покращення якості обслуговування та інші. Якщо логістична система компанії успішно допомагає досягнути цих цілей, це свідчить про її ефективність.

Для підвищення ефективності управління логістичною системою компанії можуть використовувати різні стратегії та інструменти. Наприклад, вони можуть використовувати інформаційні технології, щоб покращити автоматизацію та оптимізувати процеси управління запасами, розширювати мережу постачальників, щоб забезпечити вчасну доставку товарів, та використовувати аналітичні інструменти для моніторингу та аналізу даних про логістичну діяльність компанії. Крім того, компанії можуть працювати над покращенням комунікації між різними департаментами та узгоджувати їхні процеси, щоб підвищити ефективність логістичної системи в цілому [39].

Логістична система охоплює весь цикл руху товарів та послуг від постачальників до кінцевих споживачів, включаючи зберігання, транспортування, обробку та доставку. Ефективне управління логістичною системою є важливим елементом в розвитку бізнесу, оскільки дозволяє зменшити витрати та підвищити якість обслуговування клієнтів.

Існує кілька напрямків, які можуть допомогти підвищити ефективність управління логістичною системою:

1. **Використання сучасних технологій:** впровадження систем автоматизації та моніторингу допомагає виявляти проблеми в роботі системи, зменшує час, необхідний для виконання процесів, та підвищує точність даних.

2. *Оптимізація маршрутів:* аналіз даних може допомогти зменшити час, необхідний для доставки товарів, а також знизити витрати на паливо та транспорт.

3. *Зменшення запасів:* керування запасами може бути складним процесом, але зменшення запасів може допомогти знизити витрати на зберігання товарів та підвищити ефективність використання простору складу.

4. *Підвищення якості сервісу:* підвищення якості сервісу може підвищити задоволеність клієнтів та збільшити лояльність до бренду.

5. *Партнерство з постачальниками та клієнтами:* співпраця з постачальниками та клієнтами може допомогти зменшити час, необхідний для виконання процесів, а також підвищити ефективність та точність передачі даних.

6. *Вдосконалення комунікації та зв'язку:* використання засобів комунікації допомагає зменшити час, необхідний для передачі даних, та підвищити точність даних, що зменшує ймовірність помилок в управлінні логістичною системою.

7. *Постійне вдосконалення та навчання персоналу:* підвищення кваліфікації персоналу може підвищити ефективність роботи та знизити ризик виникнення помилок в управлінні логістичною системою.

8. *Використання аналітики даних:* аналіз даних може допомогти виявити слабкі місця в логістичній системі та вирішити проблеми, зменшити витрати та підвищити ефективність процесів.

9. *Впровадження екологічних технологій:* використання екологічних технологій може знизити витрати на енергію та ресурси, підвищити ефективність використання ресурсів та знизити негативний вплив на довкілля.

10. *Удосконалення управлінської стратегії:* підвищення ефективності управління логістичною системою може бути досягнуто шляхом удосконалення управлінської стратегії. Це може включати удосконалення процесів прийняття рішень, планування та координації роботи різних підрозділів логістичної системи.

Узагальнюючи, підвищення ефективності управління логістичною системою може бути досягнуто за допомогою впровадження сучасних технологій, оптимізації маршрутів, зменшення запасів, підвищення якості сервісу, партнерства з постачальниками та клієнтами, вдосконалення комунікації та зв'язку, постійного вдосконалення та навчання персоналу, використання аналітики даних, впровадження екологічних технологій та удосконалення управлінської стратегії.

Ключові фактори, які можуть впливати на ефективність логістичної системи та їх можливі взаємозв'язки:

- Складність маршрутів та об'єктів логістики, які потрібно координувати, може впливати на ефективність системи, тому їх потрібно оптимізувати.

- Кількість складів та їх розміщення можуть впливати на час доставки та витрати, тому їх потрібно планувати так, щоб забезпечити оптимальний баланс.

- Вибір транспортних засобів може впливати на ефективність системи, тому потрібно враховувати такі фактори, як вартість, швидкість, надійність та інші.

- Використання технологій автоматизації може підвищити ефективність системи, знизити витрати та покращити контроль процесів.

- Покращення комунікації між усіма сторонами логістичної системи може підвищити ефективність координації та покращити взаєморозуміння між учасниками.

Ці фактори можуть взаємодіяти між собою та впливати на ефективність логістичної системи в цілому. Для досягнення оптимальної ефективності, потрібно забезпечити баланс між цими факторами та враховувати специфіку конкретної логістичної системи.

Висновки до розділу 3

З урахуванням постійного зростання туристичного бізнесу, необхідність удосконалення системи управління логістичними процесами у туристичних підприємствах стає все більш актуальною. Управління логістикою в туризмі не обмежується лише транспортними та готельними послугами, але також включає в себе всі етапи туристичного продукту - від планування туру до повернення клієнта.

Удосконалення системи управління логістичними процесами в туристичному підприємстві сприяє підвищенню ефективності та оптимізації витрат. В основі успіху лежить вчасна реакція на зміни попиту та здатність швидко реагувати на них. Сучасні інформаційні технології дозволяють забезпечити високу точність та швидкість обробки даних, що дозволяє ефективно використовувати ресурси та мінімізувати ризики.

Однак, успішна реалізація системи управління логістичними процесами потребує великих зусиль та інвестицій з боку туристичного підприємства. Необхідно мати висококваліфікованих спеціалістів, які зможуть розробити та реалізувати стратегію управління логістичними процесами відповідно до потреб підприємства.

Отже, можна зробити висновок, що удосконалення системи управління логістичними процесами у туристичному підприємстві є важливим елементом підвищення ефективності та конкурентоздатності підприємства в умовах швидко-змінюваного туристичного ринку.

У світі туризму та подорожей підприємство Expedia Group використовує ефективну та інноваційну систему логістики, що дозволяє їй швидко та ефективно задовольняти потреби клієнтів у всьому світі. Основними принципами логістики в компанії є оптимізація мережі складів та дистрибуційних центрів, ефективна система управління логістикою та координації між різними відділами компанії, використання аналітики даних та машинного навчання.

Стратегія управління запасами в компанії полягає в аналізі даних про попит та споживання, плануванні збільшення або зменшення запасів в різних регіонах та підвищенні точності прогнозування майбутнього попиту.

Expedia Group також використовує інноваційні рішення, використовуючи аналітичні інструменти для аналізу даних та машинне навчання для оптимізації логістики.

У результаті, підприємство Expedia Group має ефективну та інноваційну систему логістики, що дозволяє їй швидко та ефективно задовольняти потреби своїх клієнтів.

Управління логістичною системою відіграє важливу роль у підвищенні ефективності бізнесу. Це дозволяє компаніям забезпечувати своїх клієнтів якісними та швидкими послугами, що, в свою чергу, забезпечує високу задоволеність клієнтів та збільшення доходів компанії.

Напрями підвищення ефективності управління логістичною системою можуть включати в себе застосування новітніх технологій, впровадження систем автоматизації та оптимізації процесів, підвищення якості логістичних послуг, зменшення часу доставки та вартості перевезень, ефективне управління запасами та складськими запасами, а також зменшення відсотку помилок в доставці.

ВИСНОВКИ

У процесі роботи були визначені основні принципи та етапи логістичного управління в туристичному секторі. Було проведено аналіз ключових компонентів логістичних систем, таких як постачання, зберігання, транспортування та обробка інформації. Також були розглянуті основні проблеми, з якими стикаються туристичні підприємства при управлінні логістичними системами.

На основі проведеного аналізу було встановлено, що ефективне управління логістичними системами є ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. Забезпечення безперебійної поставки товарів та послуг, оптимізація процесів зберігання та транспортування, а також швидке та точне оброблення інформації допомагають знизити витрати та підвищити якість обслуговування клієнтів.

Для досягнення успіху в управлінні логістичними системами туристичного підприємства необхідно впроваджувати сучасні інформаційні технології, такі як автоматизовані системи управління логістикою та електронна комерція. Впровадження таких технологій дозволяє покращити координацію роботи між різними підрозділами підприємства, знизити ризики помилок та збільшити ефективність управлінського процесу. Автоматизовані системи управління логістикою допомагають у плануванні та моніторингу логістичних операцій, контролю запасів, управлінні поставками та взаємодії з постачальниками. Вони спрощують процеси замовлення, опрацювання платежів, відстеження доставки та обслуговування клієнтів, що призводить до зниження часу і витрат на логістичні процеси.

Також електронна комерція відіграє важливу роль у управлінні логістичними системами туристичного підприємства. Інтернет-платформи та електронні торгові платформи дозволяють забезпечити безпосередню взаємодію з клієнтами, приймати та обробляти замовлення, забезпечувати онлайн-оплату та електронну доставку. Це спрощує процес бронювання та

придбання туристичних послуг, а також забезпечує збільшення обсягів продажів та розширення ринкової присутності.

Такі інформаційні технології допомагають підприємствам забезпечити швидку передачу і обробку інформації, забезпечити точність та надійність даних, а також знизити витрати на ручну працю. Впровадження сучасних інформаційних технологій у управління логістичними системами допомагає підприємствам стати більш конкурентоспроможними, підвищити ефективність та задоволення клієнтів, а також забезпечити стаке й успішне функціонування в умовах зростаючої конкуренції.

Висновки розділу 1 підтверджують, що управління логістичними системами є важливим елементом успішного функціонування туристичного підприємства. Врахування ролі логістичної системи, особливостей управління та факторів ефективності спостигає до розвитку та підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Розуміння ролі логістичної системи в туристичному підприємстві дозволяє ефективно планувати, координувати та контролювати всі логістичні процеси. Особливості управління логістичними системами вимагають постійного вдосконалення та адаптації до змінних умов, що характерні для туристичної галузі. Чинники ефективного управління логістичними системами, такі як використання сучасних технологій, спільна координація між підрозділами, моніторинг та аналіз результатів, визначають успіх управління та підвищення продуктивності.

На основі аналізу теоретичних основ управління логістичними системами туристичного підприємства, пропоную наступні рекомендації:

1. Розробити і впровадити стратегію управління логістичними системами, що відповідає потребам та цілям туристичного підприємства. Ця стратегія повинна враховувати специфіку туристичної галузі, зокрема сезонність та нестабільність попиту.

2. Забезпечити ефективну координацію між різними підрозділами підприємства, такими як відділ закупівель, склад, транспортування та

обслуговування клієнтів. Встановлення механізмів спільної роботи та обміну інформацією допоможе забезпечити оптимальний потік товарів і послуг.

3. Використовувати сучасні інформаційні технології, такі як автоматизовані системи управління логістикою та електронна комерція. Це дозволить автоматизувати процеси планування, контролю та аналізу логістичних операцій, знизити ризики помилок і покращити комунікацію з постачальниками та клієнтами.

4. Постійно моніторити та аналізувати результати діяльності логістичних систем. Виявляти проблемні ситуації та недоліки, що виникають у процесі функціонування, та вносити корективи до стратегії управління. Регулярний аналіз допоможе вдосконалювати логістичні системи та підвищувати їх ефективність.

5. Запроваджувати систему неперервного професійного розвитку для співробітників, які займаються управлінням логістичними системами туристичного підприємства. Надання співробітникам доступу до актуальних навчальних програм, тренінгів і семінарів у галузі логістики та управління допоможе підвищити їх кваліфікацію та ефективність роботи.

6. Залучати зовнішніх експертів або консультантів з досвідом управління логістичними системами в туристичній галузі. Вони можуть надати цінні рекомендації та експертну підтримку в удосконаленні процесів управління, а також принести нові ідеї та інновації.

7. Забезпечити взаємодію з постачальниками та партнерами у логістичному ланцюжку. Розвиток довгострокових партнерських відносин, взаємодія на основі довіри та спільне планування можуть сприяти оптимізації логістичних процесів та зниженню витрат.

8. Звернути увагу на стандартизацію та уніфікацію логістичних процедур та документації. Впровадження спільних стандартів та процедур дозволить спростити та стандартизувати процеси взаємодії з постачальниками, забезпечити їхню сумісність та ефективність.

9. Врахування цих пропозицій допоможе підприємству ефективно управляти логістичними системами і досягати позитивних результатів. Управління логістичними системами є важливим фактором конкурентоспроможності туристичного підприємства, і успішне застосування цих рекомендацій сприятиме його подальшому розвитку та успіху на ринку.

Висновки 2 розділу підтверджують, що підприємство "Expedia Group" є успішним прикладом використання сучасних технологій і логістичних систем для досягнення високої ефективності управління своїми логістичними процесами. Впровадження автоматизованих систем управління логістикою та використання електронної комерції дозволили компанії покращити координацію роботи між різними підрозділами, знизити ризики помилок і збільшити ефективність управління.

Компанія "Expedia Group" має сильну позицію на ринку туристичних послуг завдяки своїй широкій глобальній мережі партнерів і інноваційним підходам до привертання клієнтів. Аналіз логістичних систем компанії підтверджує їх ефективність і високий рівень функціональності. Завдяки сучасним технологіям, "Expedia Group" може забезпечувати швидку та точну обробку замовлень, покращувати комунікацію з партнерами та клієнтами, а також знижувати ризики помилок і витрати на логістичні процеси.

На підставі проведеного дослідження процесу управління логістичними системами підприємства "Expedia Group", пропоную наступні рекомендації:

1. Вдосконалення інформаційної системи: Рекомендую підприємству "Expedia Group" продовжувати інвестування в розвиток сучасних інформаційних технологій та автоматизованих систем управління логістикою. Це дозволить поліпшити точність та швидкість обробки даних, забезпечити миттєвий доступ до необхідної інформації і полегшити координацію між різними підрозділами підприємства.

2. Постійне вдосконалення логістичних процесів: Рекомендую підприємству "Expedia Group" зосередитися на постійному вдосконаленні своїх логістичних процесів. Це може включати впровадження ефективних методів

управління запасами, оптимізацію транспортних маршрутів та забезпечення швидкої доставки, а також зниження витрат на складське утримання. Постійна аналітика та моніторинг логістичних процесів допоможуть виявляти можливості для оптимізації та забезпечення ефективності.

3. Інноваційність і використання новітніх технологій: Рекомендую підприємству "Expedia Group" бути активним впроваджувачем інноваційних рішень та використовувати новітні технології у своїх логістичних системах. Наприклад, розгляньте можливості використання штучного інтелекту, Інтернету речей, аналітики даних та автоматизованих систем. Це допоможе підприємству підвищити ефективність, точність та швидкість своїх логістичних процесів.

6. Командна співпраця та навчання персоналу: Рекомендую підприємству підтримувати ефективну командну співпрацю між різними відділами та підрозділами, що займаються логістикою. Також важливо надавати персоналу регулярну навчання та підвищення кваліфікації з питань управління логістичними системами та використання сучасних технологій.

7. Моніторинг та оцінка продуктивності: Рекомендую підприємству "Expedia Group" встановити систему моніторингу та оцінки продуктивності логістичних систем. Це дозволить вчасно виявляти потенційні проблеми або недоліки у роботі системи, а також визначати ефективність запроваджених заходів і розробляти стратегії подальшого розвитку.

8. Стратегічне партнерство з постачальниками: Рекомендую підприємству розвивати стратегічні партнерства з ключовими постачальниками логістичних послуг, такими як транспортні компанії та складські оператори. Це дозволить забезпечити надійні та ефективні логістичні послуги, знизити ризик затримок або недоліків у постачанні і забезпечити стабільність ланцюга постачання.

9. Аналіз конкурентного середовища: Рекомендую підприємству Expedia Group проводити систематичний аналіз конкурентного середовища, щоб бути в курсі тенденцій та змін у галузі туризму. Це допоможе компанії

адаптуватися до змін, розробляти конкурентні переваги та впроваджувати нові ідеї у свої логістичні системи.

10. Соціальна відповідальність: Рекомендую підприємству Expedia Group приділяти увагу соціальній відповідальності в контексті управління логістичними системами. Це може включати заходи з екологічної стійкості, етичного використання ресурсів та відповідального підходу до взаємодії зі спільнотами та місцевими жителями у районах діяльності.

Ці рекомендації можуть сприяти подальшому успіху управління логістичними системами у туристичному підприємстві Expedia Group. Впровадження сучасних інформаційних технологій, розширення партнерської мережі, вдосконалення системи взаємодії з клієнтами та постійне вдосконалення логістичних процесів допоможуть підприємству забезпечити конкурентні переваги, покращити якість обслуговування та зміцнити свої позиції на ринку. Крім того, стратегічне партнерство з постачальниками, моніторинг продуктивності, аналіз конкурентного середовища та звернення уваги до соціальної відповідальності допоможуть створити стійке та ефективне управління логістичними системами.

Пропоновані рекомендації слід розглядати як загальні принципи, адаптуючи їх до конкретних потреб та особливостей підприємства "Expedia Group". Важливо також постійно вдосконалювати та адаптувати стратегії управління логістичними системами на основі аналізу результатів та змін у галузі туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Денисенко М. П., Левковець П. Р., Михайлова Л. І. та ін. Організація та проектування логістичних систем: Підручник / за ред. проф. М. П.
2. Денисенка, проф. П. Р. Левковця, проф. Л. І. Михайлової. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 336 с.
3. Пономарьова Ю.В. Логістика. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 192 с.
4. Окландер, М. А. Логістична система підприємства: монографія / М. А. Окландер. - Одеса : Астропринт, 2004. - 312 с.
5. Каіра З.С., Лукьянченко А.А., Омельянчук А.І. Основи логістики. Донецьк: Донецька державна академія управління, 2003. 522 с.
6. Луценко І. Концептуальні засади та функції логістики // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2003. №4. С.29-34.
7. Амітан В.Н., Ларіна Р.Р., Пілюшенко В.Л. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах. Донецьк: Ін-т економіко-правових досліджень НАН України, 2003. 73 с.
8. Уотерс Д. Логістика. Управлінню ланцюгів поставок: Пер. с англ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 503 с.
9. Коніщева Н.Й., Трушкіна Н.В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств // Економіка промисловості. 2005. №1. С.114-123.
10. Дядечко Л.П. Логістичний підхід до формування туристичних потоків // Вісник ДІТБ. 2005. №9. С.47-53.
11. Buhalis, D. (1998) Strategic use of information technology in the tourism industry. *Tourism Management* 19, 409–421.
12. Christopher, M. (2005) *Logistics and Supply Chain Management: Creating Value-adding Networks*, 3rd edn. Prentice Hall, Harlow, UK.

13. CLIA UK & Ireland (2012) 2012 Cruise Report. CLIA (Cruise Lines International Association) UK & Ireland, London.
14. De Leeuw, S., Grotentuis, R. and van Goor, A.R. (2013) Assessing complexity of supply chains: evidence from wholesalers. *International Journal of Operations and Production Management* 33, 960–980.
15. R. Baggio, R. Sainaghi, Complex and chaotic tourism systems: towards a quantitative approach, *IJCHM* 6, 840 (2011).
16. S. Cole A logistic tourism model: resort cycles, globalization, and chaos, *ATR* 4, 689 (2009).
17. O. Prokopishyna, N. Kozubova Organizational support for internal tourism based on rational use of Ukraine tourist and recreational resources, *NVIU* 13, 54 (2015).
18. U. Avci, M. Madanoglu, F. Okumus, Strategic orientation and performance of tourism firms: Evidence from a developing country. *TM*, 32(1), 147 (2011).
19. W. Zhao, J. Ritchie, C. Echtner Social capital and tourism entrepreneurship. *ATR* 38(4), 1570 (2011).
20. Бустінца, О. Ф., Бігделі, А. З., Бейнс, Т., і Елліот, С. (2015). Сорбітизація та конкурентна перевага: важливість організаційної структури та положення ланцюжка доданої вартості. *Науково-технологічний менеджмент*, 58(5), 53-60.
21. Чанг, В., Еллінджер, А. Е., Кім, К. К., і Франке, Г. Р. (2016). Інтеграція ланцюгів поставок та фінансові показники фірми продуктивність: Мета-аналіз опосередкованих позиційних переваг та модеруючих факторів. *Європейський менеджмент Журнал*, 34 (3), 282-295.
22. Чаттерджі, С. (2017). Дві мережі, орієнтовані на ефективність, на шляху зіткнення: інноваційний продуктовий бізнес ALDI модель проти Walmart. *Стратегія та лідерство*, 45 (5), 18-25.

23. Вінгартен, Ф., Хамфріс, П., Гіменес, К., і Макайвор, Р. (2016). Ризики, методи управління ризиками та Успіх інтеграції ланцюгів поставок. Міжнародний журнал економіки виробництва, 171, 361-370.
24. Фірн, А., Гарсія Мартінес, М., & Дент, Б. (2012). Виміри сталих ланцюжків доданої вартості: наслідки для Аналіз ланцюжка створення вартості. Управління ланцюгами поставок: міжнародний журнал, 17 (6), 575-581.
25. Kasych A., Vochozka M. Theoretical and methodical foundations of sustainable management in modern companies. Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – №2. – с. 298-305.
26. Kasych A.O., Vochozka M. Conceptual provisions of development of Ukrainian national innovation system. Науковий вісник Полісся. – 2017. – № 2 (10), Ч. 2. – С. 16-23.
27. Kasych A. Methodological support of the enterprise sustainable development management / Упорядник д.е.н., проф. Касич Алла Олександрівна Kasych A., Vochozka M. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. –№1. – С.371-381.
28. Kwak D W, Seo Y J , Mason R , et al. Investigating the relationship between supply chain innovation, risk management capabilities and competitive advantage in global supply chains[J]. International Journal of Operations & Production Management, 2017:00-00.
29. Balakrishnan, N., Render, B., Stair, R. and Munson, C. (2017), Project Management. Managerial Decision Modeling: Business Analytics with Spreadsheets, 4th ed., pp. 383-448, Berlin, Boston: De Gruyter, available at: <https://doi.org/10.1515/9781501506208-007> (Accessed 10 April 2019).
30. Ballou, R. H. (1995), “Logistics Network Design: Modeling and Informational Considerations”, The International Journal of Logistics Management, Vol. 6, Issue 2, pp.39-54, available at: <http://dx.doi.org/10.1108/09574099510805332>.
31. Denysenko, M. P., Shmorhun, L. H., Marunych, V. S., Kharuta, V. S. and others (2016), Orhanizatsiia ta proektuvannia lohistrychnykh system,

[Organization and design of logistics systems], Milenyum, Kyiv, Ukraine, (in Ukrainian).

32. Carbone, V.; Roquet, A.; Roussat, C. 2017. The Rise of Crowd Logistics: A New Way to Co-Create Logistics Value, *Journal of Business Logistics* 38(4): 238-252.

33. Ajagunna, I.; Pinnock, F.; Amode, T. M. 2017. Tourism development and logistics in the Caribbean: will there be a symbiotic relationship? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 9(1): 116–123

34. Annual report Expedia Group. United States Securities and Exchange Commission. Washington, 2018. 144 c.

35. Expedia.com. “Expedia Inc.” to acquire “Newtrade Technologies Inc.”. URL: <https://viewfinder.expedia.com/expediacom-expedia-inc-to-acquire-newtrade-technologies-inc>.

36. American Express Global Business Travel Офіційний сайт. URL: <https://www.amexglobalbusinesstravel.com/>

37. Expedia Inc (2021), available at: <https://www.expediagroup.com/home/default.aspx> (Accessed 10 Oct 2021).

38. Maslihan, O. Kampov, N. (2019), "Methodological algorithms of sustained functioning of tourism and recreation enterprises in clusters", *Ekonomichni horyzonty*, vol. 4 (10), pp. 54—63.

39. Maslihan, O. Korolovych, O. (2019), "Regional management paradigm of the integrated effort of development elements of recreation and tourism cluster", *Ekonomichni horyzonty*, vol. 4 (11), pp. 23—36.

40. Maslyhan O.O. Tod'ierishko, E.V. (2021), "Development of a spatial routing approach to processes that predetermine the functioning and development of tourism and recreation clusters in Ukraine", *Ahrosvit*, vol. 5—6, pp. 68—74.

ДОДАТКИ**Додаток А****Темпи розвитку міжнародного туризму**

Рік	Кількість туристів, осіб	Обсяги валютних надходжень, дол. США
1950	25 млн	2,1 млрд
1960	69 млн	6,9 млрд
1970	159млн	17,9 млрд
1980	284 млн	97,0 млрд
1990	415 млн	230 млрд
2000	698 млн	476 млрд
2010 (прогноз)	1 млрд	1,1 трлн
2020 (прогноз)	1,6 млрд	2 трлн

Додаток Б

КОНСОЛІДОВАНИЙ ЗВІТ ПРО РУХ ГРОШОВИХ КОШТІВ

	Рік, що закінчився 31 грудня (у млн. \$)		
	2020	2021	2022
	Операційна діяльність:		
Чистий прибуток (збиток)	(2,728)	15	343
Коригування для узгодження чистого продукту (збитку) з чистим грошовим потоком від операційної діяльності:			
Амортизація основних засобів, включаючи програмне забезпечення для внутрішнього використання та розробку веб-сайту	739	715	704
Амортизація компенсації на основі акцій	205	418	374
Амортизація нематеріальних активів	154	99	88
Зменшення корисності гудвілу, нематеріальних та інших довгострокових активів	974	20	81
Відстрочені податки на прибуток	(488)	(145)	70
Збиток від курсових різниць за грошовими коштами, грошовими коштами з обмеженим використанням та короткостроковими фінансовими інвестиціями, нетто	2	105	128
Реалізований (прибуток) збиток за валютними форвардами, нетто	(80)	16	78
Збиток від інвестицій в акціонерний капітал, нетто	142	29	345
(Прибуток) збиток від погашення заборгованості, нетто	-	280	(49)
(Прибуток) збиток від продажу бізнесу, нетто	13	(456)	(6)
Резерв під кредитні збитки та інші, нетто	135	32	23
Зміни в операційних активах та зобов'язаннях, за вирахування впливу придбань та вибуття			
Дебіторська заборгованість	1,781	(721)	(838)
Витрати майбутніх періодів та інші активи	(188)	(224)	55
Кредиторська заборгованість, торговельна	(1,320)	777	375
Кредиторська заборгованість, інші, нараховані витрати та інші зобов'язання	(400)	138	196
Податки до сплати/отримання, нетто	(57)	10	11
Відкладені торгові операції	(2,576)	2,642	1,464
Доходи майбутніх періодів	(142)	(2)	(2)
Чисті грошові кошти, отримані від (використані в) операційній діяльності	(3,834)	3,748	3,440

Продовження Додатку Б

Інвестиційна діяльність:			
Капітальні витрати, включаючи програмне забезпечення для внутрішнього використання та розробки веб-сайту	(797)	(673)	(662)
Придбання інвестицій	(685)	(201)	(60)
Реалізація та погашення інвестицій	1,161	23	205
Грошові кошти та кошти з обмеженим використанням, вибуття від продажу бізнесу, за вирахування надходжень	(21)	(60)	4
Надходження від первісного обміну валютно-відсоткових свопів	-	-	337
Платежі за первинний обмін валютно-відсотковими свопами	-	-	(337)
Інші, нетто	79	(20)	(67)
Чисті грошові кошти, використані в інвестиційній діяльності	(263)	(931)	(580)
Фінансова діяльність:			
Залучення поновлювальних кредитних ліній	2,672	-	-
Погашення відновлювальної кредитної лінії	(2,672)	-	-
Надходження від випуску довгострокових боргових зобов'язань, за вирахуванням витрат на випуск	3,945	1,964	-
Погашення довгострокового договору	(750)	(1,706)	(2,141)
Витрати на погашення боргу	-	(258)	(22)
Чисті надходження від випуску привілейованих акцій та варіантів	1,132	-	-
Погашення привілейованих акцій	-	(1,236)	-
Викуп власних акцій, викуплених у акціонерів	(425)	(165)	(607)
Виплата дивідендів власникам простих та привілейованих акцій	(123)	(67)	-
Надходження від виконання плану виплат на основі акцій та плану викупу акцій працівників	319	503	131
Інші, нетто	(21)	(8)	15
Чисті грошові кошти, отримані від (використані в) фінансовій діяльності	4,077	(973)	(2,624)
Вплив змін обмінного курсу на кошти, їх еквіваленти та кошти та їх еквіваленти з обмеженим використанням	61	(177)	(190)
Чисте збільшення коштів, їх еквіваленти та коштів та їх еквіваленти з обмеженим використанням	41	1,667	46
Грошові кошти, їх еквіваленти та кошти та їх еквіваленти з обмеженим використанням на	4,097	4,138	5,805

Продовження Додатку Б

початок року			
Грошові кошти, їх еквіваленти та кошти та їх еквіваленти з обмеженим використанням на кінець року	4,138	5,805	5,851
Додаткова інформація про рух грошових коштів:			
Грошові кошти сплачені за відсотками	313	342	291
Платежі з податку на прибуток, нетто	108	74	102

Додаток В

SWOT-аналіз компанії Expedia Group

	<p>Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Expedia має потужну дистрибуторську мережу з великою кількістю торгових точок. 2. Вона має недорогу структуру, що забезпечує йому перевагу перед конкурентами. 3. Вона має міцне фінансове становище з позитивним прибутком, повідомленим за останні кілька років. Він також має потужну базу активів. 4. Вона має кваліфіковану робочу силу, яка є висококваліфікованою, інноваційною та диверсифікованою. 5. Вона має сильну присутність у соціальних мережах. 	<p>Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Значна частина майна, яке використовується Expedia, орендується, і орендну плату потрібно сплачувати. 2. Низькі витрати на дослідження та розробки порівняно з конкурентами. 3. Він має високу плинність кадрів, низьку мотивацію та моральний дух працівників. 4. Має проблеми з ліквідністю з низьким коефіцієнтом швидкої погашення; рівень поточних активів менший за поточні зобов'язання. Він також стикається з проблемами грошового потоку.
<p>Можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кількість користувачів Інтернету зростає в усьому світі. Електронна комерція також зростає зі збільшенням використання Інтернету. 2. Кількість користувачів соціальних мереж у всьому світі зростає. 3. Доходи домогосподарств зростають, а також споживчі витрати. Очікується, що інфляція в економіці залишиться низькою. 4. Зростання екологічно чистих продуктів і послуг. Уряд надає їм субсидії. 5. Низькі процентні ставки, що дає можливість інвестувати великі проекти. 	<p>Стратегії SO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення маркетингу, щоб залучити споживачів до витрат (S1, S3, O3). 2. Використовуйте свою присутність у соціальних мережах для маркетингу та залучення клієнтів на свій веб-сайт (S5, O2, O3). 3. Розробляйте екологічно чисті продукти за допомогою інновацій за низькою ціною, щоб їх можна було продавати за низькою ціною (S2, S4, O4). 4. Пропонуйте товари за низькими цінами, пропонуючи знижки. Це допомогло б збільшити обсяги продажів і є здійсненим завдяки низькій інфляції та витратам (S2, O3). 	<p>Стратегії WO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Фінансуйте право власності на майно за допомогою низьких процентних ставок, щоб збільшити частку майна у власності та орендованого майна (W1, O5). 2. Збільшити фонди заробітної плати, забезпечити пакети заохочень і пільг для працівників, щоб зменшити плинність кадрів і підвищити моральний дух праці. Це можливо, оскільки зараз низькі витрати. (W3, O3)

Продовження Додатку В

<p>Загрози:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Існує загроза появи на ринку нових учасників. 2. Курс валюти девальвовано. 3. Останніми роками ціни на пальне зросли, що призвело до подорожчання сировини. 4. Конкуренція в галузі зростає. 5. Тепер доступно більше продуктів-замінників. 	<p>Стратегії ST:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Використовуйте потужну дистриб'юторську мережу, щоб охопити клієнтів і боротися з новими учасниками на ринку (S1, T1). 2. Використовувати свій міцний фінансовий стан для інвестування в права інтелектуальної власності. Це допоможе конкурувати зі зростаючою конкуренцією на ринку (S3, T4). 3. Використовувати свої інноваційні команди для пошуку дешевших альтернатив паливу, щоб їх можна було використовувати, тим самим зменшуючи витрати (S4, O3). 	<p>Стратегії WT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Збільште витрати на дослідження та розробки, щоб Expedia могла краще конкурувати з конкурентами (W2, T4). 2. Забезпечуйте стимули, посилюйте залученість або створюйте кращі робочі умови, щоб утримувати таланти. Це гарантує, що співробітники не залишать і не приєднаються до конкурентів (W3, T4).
---	---	---