



Дмитрий Тимофеевич Новиков, д.э.н., профессор, начальник отдела инновационной логистики ОАО «Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка» (ИТКОР), председатель редакционного совета журнала «ЛОГИСТИКА»

Уважаемые читатели!

В разгаре сезон летнего туризма. Российская индустрия гостеприимства относится к числу важных бюджетообразующих отраслей и предоставляет разнообразные туристические услуги: лечебно-оздоровительные мероприятия, интересный досуг и активный отдых в рекреационном секторе, экскурсионное ознакомление с национально-культурными, историческими и природными достопримечательностями, экстремальный и индивидуальный туризм. Перечисленные туристические услуги в различных комбинациях составляют сущность и структуру туристического продукта, востребованного потребителями (пользователями) на рынках туристических услуг. Незаменимую роль в организации доступа к этому продукту, его продуцирования и потребления конкретными туристами играет сервисная логистика. Это обусловлено особыми свойствами туристического продукта, который не поддается пространственному перемещению в месте нахождения его потребителей, а требует их присутствия там, где только и возможно одновременное продуцирование и использование туристического продукта. Это относится практически ко всем туристическим услугам, для получения которых и происходит перемещение людей – чаще всего в виде туристических потоков, управляемых с помощью логистики. Исходя из места создания и потребления туристического продукта различают выездной туризм, въездной туризм и туризм, ориентированный на внутренний рынок туристических услуг. Устойчивая тенденция последнего времени, направленная на импортозамещение, применительно к индустрии гостеприимства подразумевает сокращение выездного туризма и существенную переориентацию российского населения на отечественный рынок туристических услуг. Но для создания конкурентоспособного туристического продукта необходимо максимально использовать большой ресурсный потенциал российского туризма, особенно рекреационного сектора. Теперь обозначим конкретные средства достижения этой цели. Нынешний, июльский, номер журнала «ЛОГИСТИКА» посвящен туризму. Важнейшим материалом номера является интервью с Владимиром Черниковым, руководителем Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма. Влади-

мир Черников в своем интервью рассказал о том, что делает город для привлечения туристов, чем Москва порадует гостей в ближайшее время, каким образом власти совершенствуют туристскую инфраструктуру в городе. В июльском номере особый интерес для читателей представляет статья Юлии Кисловой и Анны Казуниной «Анализ объемов и структуры туристских потоков на территорию региона (на примере города Москвы): методология и проблемы оценки». В статье анализируются методы оценки объема туристских потоков, используемые в зарубежной и российской практике, на основании сопоставления данных транспортной статистики, характеризующих объем пассажирских прибытий на территорию московского региона, и статистики туристских размещений в гостиницах и прочих коллективных средствах размещения. Авторы представили результаты апробирования методики и провели расчет объема туристского потока на территорию Москвы в 2013–2014 гг. В статье Татьяны Скоробогатовой «О роли сервисной логистики в социально ориентированной экономике» анализируется роль логистики в социально ориентированной экономике, специфика сервисно-логистических кластеров в сравнении с другими видами кластеров, важность городов-связей для инновационного развития. Тему туризма продолжает статья Анны Александровой «Территориально-производственная система туризма». Исследование посвящено трансформации территориально-производственной системы туризма, основанной на цепочках добавленной стоимости. Автор рассматривает сетевые формы организации турбизнеса и уделяет большое внимание ценности туристских впечатлений. В статье Бориса Магина и Грача Мурадяна «География авиационных корреспонденций: роль географического положения точки продаж» на примере продажи авиабилетов анализируется актуальный вопрос о зависимости условий продажи какого-либо продукта от местонахождения точки, в которой он продается. В целом, в журнале «ЛОГИСТИКА» ставятся (и нередко находят решение) многие актуальные вопросы, связанные с развитием туристического бизнеса в России, его логистического обеспечения. Приглашаем ученых и специалистов принять активное участие в работе журнала.

*Желаю приятного и продуктивного летнего отдыха нашим читателям,
Новиков Д.Т.*