

**Міністерство освіти і науки України  
Уманський національний університет садівництва  
Бременський університет (Німеччина)  
Міжнародний університет прикладних наук Бад-Хоннеф (Німеччина)  
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана**

***ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:  
ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА  
ГЕОСТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ***

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**



**м. Умань  
20 березня 2020 р.**

*Рекомендовано до друку  
вченою радою факультету менеджменту  
Уманського національного університету садівництва  
(протокол № 4 від 12 березня 2020 р.)*

**Редакційна колегія:**

- НОВАК І.М.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту УНУС;
- ВЕРНЮК Н.О** – к.е.н., доцент, декан факультету менеджменту УНУС;
- ДОВБІШУК І.** – доктор, професор Міжнародного університету прикладних наук Бад-Хоннеф (Німеччина);
- ДИМА О.О.** – д.е.н., професор, заступник декана факультету маркетингу КНЕУ;
- ШКОЛЬНИЙ О.О.** – д.е.н., професор кафедри менеджменту УНУС;
- ПТЕЛЬ Н.Я.** – к.е.н., доцент, заступник декана факультету менеджменту з наукової роботи УНУС;
- ХАЛАХУР Ю.Л.** к.е.н, доцент кафедри менеджменту УНУС.

*За достовірність інформації відповідальність несуть автори публікацій.*

- Л69 **Логістичний менеджмент: проблеми, перспективи та геостратегічні вектори розвитку** / Редкол.: Новак І.М. (відп. ред.) та ін. Умань: Редакційно-видавничий відділ Уманського національного університету садівництва, 2020. 157 с.

Збірник містить доповіді науковців, які були розглянуті на міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Логістичний менеджмент: проблеми, перспективи та геостратегічні вектори розвитку», що відбулася 20 березня 2020 р. у м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються проблемні питання розвитку логістики України.

Розраховано на наукових співробітників, викладачів, аспірантів, студентів та фахівців, які займаються питаннями розвитку системи логістичного менеджменту.

**УДК 658.8**

© Уманський національний  
університет садівництва,  
2020

<b>СЕКЦІЯ 2. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....</b>	<b>40</b>
Dovbischuk I., Dyma O. SMART LOGISTICS AS IMPORTANT FACTOR FOR DIGITAL TRANSFORMATION IN UKRAINE AND AS IMPORTANT TOPIC FOR GERMAN-UKRAINIAN COLLABORATION.....	40
Альошкіна Л.П. ДОМІНАНТИ ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИКИ В КОНТЕКСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	43
Богашко О.Л. СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ.....	45
Вернюк Н.О. ГАРМОНІЗАЦІЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ТА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ З МЕТОЮ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	48
Вернюк Н.О., Гончаренко К.Ю. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	51
Гуменюк А.В., Делікатна К.В. РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	54
Клименко Л.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	56
Коваленко Г.О. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	59
Коваленко О.Г. МЕНЕДЖМЕНТ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	61
Кустріч Л.О. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРОЛОГІСТИКИ.....	64
Кустріч Л.О., Шміголь А.М. УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ.....	67
Новак І.М., Білоус А.А. РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОЇ АГРАРНОЇ ЛОГІСТИКИ ЯК КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ ВИРОБНИКІВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ.	70
Пітель Н.Я., Швець М. Л. УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	72
Чвертко Л.А. СТРАХОВІ ПОСЕРЕДНИКИ ЯК СУБ'ЄКТИ БАГАТОКАНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПРОДАЖІВ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ.....	75

Шкільний О.О., Смірнов О.С. ЯКІСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ УПРАВЛІННЯ ОЩАДЛИВОЮ ЛОГІСТИКОЮ.....	78
Шкільний О.О., Крижанівська Л.І. ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	80
Шкільний О.О., Недзвецький М.В. ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТНОГО ПОЗИЦІЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ.....	82
<b>СЕКЦІЯ 3. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СТРАТЕГІЧНИХ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>85</b>
Длугоборська Л.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ УМОВИ ТА ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРОДУКЦІЇ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	85
Зеленський А.В., Зеленський В.А. ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ІНТЕГРАЦІЇ.....	87
Клименко Л.В., Дума В.А. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	90
Клименко Л.В., Точинін С.О. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ОСНОВІ.....	92
Пітель Н.Я., Масліхіна Є.В. МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ .....	94
Халахур Ю.Л., Ткаченко Ю.О. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДІЯЛЬНОСТІ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ.....	97
Халахур Ю.Л., Харитонова І.В. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	99
Чирва О.Г., Бурдужа І.І. МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ПОЛІТИКА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.....	102
Шкільний О.О. КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВАХ УЧАСТІ В ГЛОБАЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАННЯ ПРОДУКЦІЇ.....	104

<b>СЕКЦІЯ 4. ЛОГІСТИЧНИЙ АУТСОРСИНГ ЯК ЧИННИК ГЛОБАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ.....</b>	<b>108</b>
Загороднюк О.В.	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ...	108
Халахур Ю.Л.	
АУТСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	110
<b>СЕКЦІЯ 5. ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....</b>	<b>114</b>
Акулов М.Г.	
ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	114
Гуменюк А.В., Болецька В.П.	
ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ, МЕТА І ЗАВДАННЯ.....	117
Коваленко Г.О.	
ЛОГІСТИКА ТУРИЗМУ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	119
Коваленко Л.Г.	
ЗМІСТ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	122
Кожухівська Р.Б.	
ЕКОЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	124
Кожухівська Р.Б., Артелеменчук В.П.	
СПЕЦИФІКА ЗДІЙСНЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ.....	127
Литвин О.В., Кирилюк І.М.	
ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМІ.....	128
Малюга Л.М.	
РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ .....	131
Нагернюк Д.В.	
ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ .....	133
Нещадим Л.М.	
МОДЕЛЮВАННЯ ТА БІЗНЕС – ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	135
Поворознюк І.М.	
ЛОГІСТИКА ЯК СКЛАДОВА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	138
Слатвінська Л.А.	
ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛОГІСТИКИ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ.....	140
Терещук Н.В.	
ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ.....	143

доведення до керівництва і персоналу цінностей підприємства і його маркетингових цілей – оптимального задоволення потреб споживачів і збільшення клієнтської бази підприємства. Підприємство повинно сформувавши таку маркетингову систему, яка б давала йому змогу максимально точно планувати свою маркетингову діяльність, правильно організувати роботу відділу маркетингу та контролювати всі управлінські та виробничі процеси, а напрями вдосконалення управління маркетингової діяльності повинні реалізовуватися лише системно і комплексно.

### **Список використаних джерел**

1. Волкова М.В. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. *Економіка та управління підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 16. С. 281–286.
2. Маркетинг підприємства : [навч. посіб.] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. К. : Центр навч. літ., 2012. 612 с.
3. Мосійчук І. В. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні. 2017. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/25081>.

## **РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**А.В. Гуменюк,**

*кандидат економічних наук, доцент,*

**К.В. Делікатна,**

*студентка 43 групи,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Однією з основних ознак сучасного розвитку світового господарства є розгортання процесів глобалізації, які справляють суттєвий вплив на систему міжнародних економічних відносин, і водночас на розвиток національних економік. Процеси глобалізації вимагають відповідної трансформації [1].

Процеси глобалізації поширюються на всі стадії виробництва товарів, від виробництва до дистрибуції, цей розподіл глобалізаційних процесів супроводжується значним ускладненням у просторово-часовій площині перетворення матеріальних потоків та інформаційних потоків, що ставить нові вимоги до логістики : її раціоналізацію з метою зменшення загального ризику витрат і витрат при забезпеченні високого рівня обслуговування, впровадження сучасних систем постачання.

В умовах розширення ринків виробництва і збуту та їх глобалізації особливого значення набуває логістичний менеджмент. Необхідно зазначити те, що логістичний менеджмент – сукупність заходів з управління постачанням, виробництвом і збутом для досягнення цілей і завдань підприємства, головна з яких – максимізація прибутку.

В області логістичного менеджменту основними рушійними силами його сучасної глобалізації є:

- тривале зростання світової економіки;
- пошук нових резервів зростання шляхом виходу на нові ринки збуту;
- створення великої кількості компаній з широким міжнародним розподілом праці та сучасними інформаційно-комп'ютерними технологіями, що складають основу інтеграції в глобальних логістичних системах, а також поява міжнародних логістичних;
- реалізація процедур дерегулювання, що проводяться для зняття торговельних, митних, транспортних і фінансових бар'єрів на шляху розвитку торговельних і економічних взаємин [2].

Для того, щоб діяльність підприємства була дійсно ефективною в сучасних умовах, логістичний менеджмент повин враховувати економічні, фінансові аспекти та екологічну стратегію. Такий напрям діяльності має бути спрямований на створення транспортно-логістичної системи, що буде безпечною для навколишнього середовища та враховувати аспекти пакування, маркування з урахуванням екологічності показників. Розглядаючи фінансово-економічний аспект реалізації такої програми слід зазначити, що вона зменшує витрати та покращує ситуацію щодо положення підприємства на ринку.

За результатами дослідження встановлено те, що застосовують логістичний менеджмент у підприємницькій діяльності такі відомі компанії, як Casio, Xerox, Toyota, Honda, Volkswagen, Hewlett-Packard, Johnson & Johnson, Sony та ін.

Так, наприклад, BMW розробляє автомобілі, частини яких можуть бути повністю перероблені. Компанія Sony шляхом дотримання принципів «зеленої логістики» знизила викиди CO<sub>2</sub> приблизно на 47% шляхом зменшення об'єму упаковки.

Необхідно зазначити, що глобалізація економічної діяльності підприємств є незворотним процесом, однак має як позитивні, так і негативні наслідки. Тому підприємствам потрібно якомога швидше адаптуватися до тенденцій глобалізації та взяти за основу досвід управління логістикою у провідних країнах світу, щоб оптимізувати чи вдосконалити свою діяльність [3].

Отже, враховуючи сучасні тенденції розвитку глобалізації, можна стверджувати, що екологія стає одним із визначальних факторів у логістичній діяльності підприємств. Акцент на екологічну спрямованість логістики підприємства призводить до зниження його витрат та зростання іміджу.

### **Список використаних джерел**

1. Глобалізація процесів логістики [Електронний ресурс]. URL: [pidruchniki.com /13331222/ekonomika / globalizatsiya\\_protseviv\\_logistiki](http://pidruchniki.com/13331222/ekonomika/globalizatsiya_protseviv_logistiki) .
2. Глобальная логистика [Електронний ресурс]. URL: [http://www.kgau.ru/distance/fub\\_03/eldeshtein/logistika/02\\_08.html](http://www.kgau.ru/distance/fub_03/eldeshtein/logistika/02_08.html).
3. Актуальність впровадження логістичних систем у виробничо-господарську діяльність підприємств [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2841> .

# ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Л.В. Клименко,**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Уманський національний університет садівництва*

В епоху глобалізації світової економіки, вітчизняні передові підприємства, в якості стратегічної перспективи, розробляють економічно обґрунтовані пріоритети виходу на зовнішні ринки. Однак, конкурентних переваг при здійсненні міжнародних операцій не можна досягти, без розробки ефективної логістичної системи у поєднанні із чітко прорахованими економічними підходами розвитку та інтеграції до міжнародних структур на кожному рівні управління.

Глобалізація логістики, на думку В. Сергєєва, орієнтована перш за все на створення стійких макрологістичних систем у міжнародному просторі і таким чином передбачає високий рівень глобального логістичного менеджменту [1].

Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж зазначають, що глобалізація – це процес поступового утворення універсального світового середовища ринкової діяльності завдяки зниженню та скасуванню країнами тарифних та нетарифних регуляторів зовнішньої торгівлі, лібералізації руху факторів виробництва та розвитку транснаціональних господарських структур. Суть глобалізації – у широкому розумінні та з позиції взаємозв'язків і взаємозалежності як людей, так і держав, науковці вбачають у процесах формування планетарного інформаційного простору, світового ринку капіталів, товарів і робочої сили, інтернаціоналізації проблем техногенного впливу на природне середовище, міжетнічних та міжконфесійних конфліктів і безпеки [2].

Ми поділяємо наукові твердження Крикавського Є.В., який зазначає, що велике значення для розвитку глобальної логістики мають міжнародні каналні посередники, до яких відносять:

- міжнародні експедитори;
- транспортні компанії;
- компанії з управління експортними операціями;
- зовнішньоторговельні компанії й представництва;
- брокерські й агентські фірми;
- компанії з упакування товарів в експортно-імпортних операціях;
- порти й інші посередники [1].

Отже, особлива роль у системі взаємозв'язків і взаємозалежності серед каналних посередників у глобальних логістичних системах належить міжнародним транспортно-логістичним фірмам, що можуть надавати такі види послуг:

- квотування вантажних відправлень;
- підготовка товаросупровідних комерційних і митних документів;
- одержання експортних ліцензій;
- здійснення експортного декларування вантажів;
- підготовка сертифікатів якості, ветеринарних та інших свідоцтв;



## **СЕКЦІЯ 5. ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

### **ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

**М. Г. Акулов,**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У структурі галузевого господарства України спостерігається розширення логістичного досвіду мережевої організації готельного бізнесу, який активно використовує цю форму ринкової інституціоналізації. В готельному бізнесі під логістикою розуміють методи та способи управління інформаційними та фінансовими потоками, які необхідні для надання готельних послуг оптимальним чином. Надалі під логістикою в сфері гостинності будемо розуміти інтегральний інструмент управління і координації всієї сукупності існуючих інформаційних і фінансових потоків, необхідних для управління сервісними потоками (надання готельних послуг) найбільш ефективним способом з точки зору витрат і задоволення запитів споживачів [1].

Мережева організація готельного бізнесу розширює можливості інтеграції більшого числа учасників, що підвищує ринкову стійкість і потенціал ефектоутворення сформованої при цьому мережі. За рахунок функціонально-процесного розширення останньої збільшується можливість застосування різних технологій, що дозволяє продукувати ряд ефектів формування конкурентних переваг, в тому числі за якістю обслуговування, асортиментом послуг, цінових тощо.

Організація і розвиток готельних мереж забезпечують можливість ефективної організації процесу продукування і надання готельної послуги. Ця взаємодоповнюваність і взаємозумовленість формує важливу синергетичну ознаку сучасних логістичних сервісних систем, в яких логістика мережевої організації бізнесу і логістика реалізації сервісу інституційно і процесно інтегровані.

Інтенсивна концентрація готельної справи у ХХ сторіччі спричинила до створення так званих готельних ланцюгів (компаній). Зауважимо, що 100 найбільших готельних ланцюгів світу володіють готельним фондом в 1,6 млн. номерів, тобто на одну таку компанію у середньому припадає 16000 номерів. Однак ці компанії не однорідні, серед них є свої гіганти. На шість найбільших американських готельних ланцюгів припадає 55% загального номерного готельного фонду 100 компаній. Частка семи найбільших західноєвропейських готельних ланцюгів у цьому готельному фонді становить близько 23% [2].

В сучасних умовах посилення конкуренції спостерігається крайнє загострення проблеми підвищення рівня обслуговування в готельному бізнесі,

яке може бути забезпечено на основі інструментарію логістики. У свою чергу мережева організація бізнесу формує умови використання логістики для процесу розширеного виробництва і надання готельних послуг, яка примножує синергію цього процесу.

Об'єднання цих ракурсів в єдину систему науково-практичного аналізу даної предметної області дозволяє зробити висновок, що логістична організація готельного бізнесу та застосування сервісної логістики створюють потужні передумови для його прогресивного еволюціонування [3]. Все це обумовлює появу і розвиток в готельному бізнесі логістичних мереж, емпірично актуалізований синтез яких представляє собою нетривіальний процес і вимагає наукової розробки і обліку цілої системи чинників, що формують передумови для якісної трансформації інституційної структури ринку засобів розміщення в Україні.

Сучасними факторами розвитку мережевих форм логістичної організації готельного бізнесу можна визначити наступні:

1. *Науково-технічного прогресу.* Науково-практичний (технологічний) розвиток сервісної логістики як інструментального імперативу логістики готельного бізнесу, дозволяє обґрунтувати системний характер зв'язків між функціонуванням сервісних систем і споживчим середовищем ринку засобів розміщення, ідентифікованих в рамках операційного та інституційного аспектів розвитку і функціонування готельного бізнесу, в якому адаптивна трансформація пропозиції готельної послуги вимагає технологічної зміни форми самоорганізації в напрямку формування логістичних мереж.

2. *Диференціації.* Диференційована емпірична оцінка можливостей підвищення ефективності готельного бізнесу визначає, які компанії будуть мати менші чи більші можливості для мережевої самоорганізації і застосування сервісної логістики при одночасному звуженні і спрощення циклу заготівельної і виробничо-розподільчої логістики, орієнтуючись на кінцевих споживачів готельної послуги. Інституційні обмеження по широті готельного бізнесу і його масштабам обумовлюватимуть можливості логістичної організації і вдосконалення, що має враховуватися в процесі розробки ринкових стратегій розвитку готельних компаній і оцінці перспектив їх мережевого розширення у висококонкурентному середовищі ринку засобів розміщення.

3. *Детермінації.* Формування якісної готельної послуги детерміновано безліччю чинників і умов, комплекс яких повинен забезпечуватися системно, на основі введення власних нормативів і стандартів оснащення приміщень, а також технології та рівня обслуговування. Вирішення даної проблеми може забезпечити мережева логістична організація роботи готельних об'єктів, що дозволяє впорядкувати процес генерування уніфікованої в мережі готельної послуги, формалізувати технології виконання через мережеві стандарти, а також розширити можливості системного виконання цих стандартів: зафіксувати мережевий стандарт готельної послуги; забезпечити реалізацію маси процесів, пов'язаних з новим, корпоративним які ототожнюються рівнем її виконання.

4. *Інтеграції*. На готельному ринку формуються різні принципи інтеграції вітчизняних і зарубіжних бізнес-структур, в рамках яких для більшості вітчизняних компаній превалюючим є володіння нерухомістю, а головним вектором інтеграції зарубіжних готелів є дотримання стандартів і безпеки. Це формує певну різницю потенціалів з точки зору внутрішньокорпоративної мобілізації ресурсів і технологій конкурентного зростання на ринку, що в перспективі може обмежити можливості зростання готельних мереж. Традиційним сегментом таких структур стануть бюджетні формати готельної індустрії за умов конкуренції, розвиток яких можливий на основі реалізації логістичних форм і врахування реальних можливостей операційно-процесної інтеграції.

5. *Узагальнення*. Узагальнення причин формування гібридних форм інституційної інтеграції у вітчизняному готельному сегменті сервісних галузі дозволяє зробити висновок, що розвиток українського ринку характеризується специфічною структурою, яка є бімодальною; може описуватися двома моделями розвитку готельного ринку - знизу і зверху, має неоднаковий потенціал для відтворення, що трансформується під впливом коливання кон'юнктури ринку та / або макроекономічного середовища його функціонування; є складною для стійкої трансформації (низька інвестиційна привабливість, нестабільність розвитку, різноманітність готельних об'єктів, обмеження можливості формування логістичних ланцюгів), що в цілому формує неефективну модель розвитку.

6. *Випередження*. Випереджаючий розвиток бюджетних форматів малого сектора вітчизняної індустрії гостинності може сформувати і запустити самовідтворюючий цикл: розрізнені малі форми організації готельного бізнесу (малі готелі) - готельні ланцюги - логістичні мережі в малому секторі готельного бізнесу, в результаті реалізації якого можуть бути сформовані системні передумови і умови для інституційного розвитку логістичних сервісних систем готельного бізнесу, що дозволить збалансувати пропозицію на ринку, сформувати нові кордони між сегментами за більш високої якості сервісного обслуговування.

Такий підхід дозволяє концептуально обґрунтувати і практично зорієнтувати напрямки логістичної організації і розвитку готельних мереж у вітчизняній сфері гостинності, реалізація яких дозволить сформувати умови для підвищення інституційної якості бімодальної структури ринку, а також посилення конкурентних позицій вітчизняних операторів за рахунок синергетичного ефекту.

#### **Список використаних джерел**

1. Иванов В. В., Волов А. Б. Логистические аспекты управления ресурсопотоками гостиничного предприятия. URL:[https://zen.yandex.ru/media/id/5c3f5d30bf238900a9aaa453/logisticheskie-aspekty-upravleniia-resursopotokami-gostinichnogo-predpriiatia\\_5d36cd4dcfcc8600ad064086](https://zen.yandex.ru/media/id/5c3f5d30bf238900a9aaa453/logisticheskie-aspekty-upravleniia-resursopotokami-gostinichnogo-predpriiatia_5d36cd4dcfcc8600ad064086).

2. Логістика в діяльності міжнародних готельних мереж. URL:

<https://www.freepapers.ru/98/logstika-v-dyalnost-mzhnarodnihgotelnih/293017.2022774.list1.html>.

3. Смирнов І. Г. Логістика готельних послуг як складник логістики туризму. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому.* - 2009. - №13. - С.316-323. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/smyrnov2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/smyrnov2.htm).

## **ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ, МЕТА І ЗАВДАННЯ**

**А.В. Гуменюк,**

*кандидат економічних наук, доцент,*

**В.П. Болецька,**

*студентка 43 групи,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Для успішного функціонування туристичної індустрії в Україні слід використовувати зарубіжний досвід, зокрема логістичні підходи до управління інформаційними потоками у цій сфері економіки. Глобалізація економіки та розширення масштабів туристичної діяльності, посилення взаємозв'язків між матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками зумовлює необхідність пошуків нових підходів до управління цими процесами. На сучасному етапі розвитку туристичного ринку існують проблеми інформаційного забезпечення туристичних підприємств та споживачів їхніх послуг. Для покращення поінформованості підприємств і туристів, необхідно застосовувати логістичні підходи до управління туристичним бізнесом чи територією, формувати національну систему туристичних інформаційних центрів, створити дієвий комплексний туристичний бренд (який об'єднуватиме національний та місцеві бренди), що підвищуватиме поінформованість на внутрішньому і зарубіжних ринках, тобто активізуватиме логістичні інформаційні потоки. Крім того, важливо сформувати комплекс заходів з оптимізації інформаційних потоків у системі управління логістикою туризму, застосовуючи інформаційну логістику.

Інформаційна логістика – складова логістики, яка досліджує і вирішує проблеми організації та інтеграції інформаційних потоків для прийняття управлінських рішень у логістичних системах [1].

Сутність інформаційної логістики в туризмі полягає в організації потоків даних, що супроводжують продуктивний потік, та є суттєвою ланкою, яка пов'язує постачання, виробництво та збут.

Метою інформаційної логістики туризму є дослідження, оптимізація, перевірка правильності, зберігання та спрямування інформації, а також презентація туристичного продукту чи послуг задля покращення їхньої якості. Завдання логістики туризму на різних рівнях різні. Впровадження логістичних підходів до управління туристичною фірмою (мікрорівень) дасть змогу оптимізувати витрати і підвищити ефективність діяльності туристичного