

організації функціонування готельного підприємства. Також не слід забувати і про те, що головним логічним напрямком в готельному господарстві є контроль якості наданих послуг та контроль ефективності його діяльності.

Тому, з впевненістю можна сказати, що ефективною роботою окремих підрозділів готельного підприємства є реалізація логістичного підходу, що дозволить максимально ефективно використовувати результати прогнозування об'єму і структури майбутніх сервісних потоків маркетингового аналізу існуючих та перспективних параметрів конкурентного середовища.

Правильно побудована логістика на підприємствах готельного бізнесу веде до підвищення його конкурентоспроможності. Адже, застосування логістичних технологій у практику роботи готельного бізнесу дозволить знизити витрати, мінімізувати ризики та збільшити кількість надання готельних послуг і збільшити прибуток.

Список використаних джерел

1. Лукинський В. С., Лукинський В. В., Плетнева Н. Г. Логистика и управление целями поставок: учебник и практикум. М.: Издательство Юрайт, 2018. 359 с.

2. Шендриков А. А. Логистическое управление объектами размещения: суть и основные аспекты. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. № 1 (52). 2012. С. 211-215.

ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛОГІСТИКИ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

Л.А. Слатвінська,

кандидат економічних наук, доцент,

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Сучасним інструментом управління розвитком логістики підприємств і галузей, що формують туристсько-рекреаційний комплекс в умовах наростаючих змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі і пов'язаній з цим невизначеності являється Smart-спеціалізація.

Інструмент стратегічного управління слід розуміти як комплексний управлінський елемент, що включає перелік і порядок збору необхідної інформації, сукупність наукових методів її обробки і способів подання, послідовність виконання аналітичних задач у сфері стратегічного управління. Існує величезна кількість цих інструментів, і вони, будучи відносно самостійними, всі знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності. При цьому кожен із них є автономним об'єктом вивчення окремими дослідниками, тому, як стратегічне управління загалом, може не мати однозначних суджень і визначень [1].

У 2020 році Smart-спеціалізацію вважають новим інструментом регіональної політики, що відображається на всіх організаційно-економічних процесах. «Smart-спеціалізація – це можливість обернути синергію науки, бізнесу та місцевого самоврядування на абсолютно нові інвестиційні перспективи регіонів та вивести громади на новий рівень розвитку». Smart-спеціалізація дозволить впроваджувати інновації, використовувати сучасні наукові розробки, застосовувати swot-аналіз проектів та створювати нові конкурентні види діяльності. «Це фактично новий інструмент регіональної політики, який сприятиме підвищенню інвестиційної активності і конкурентоспроможності регіонів». У Європейському Союзі на регіональному та національному рівнях розроблено 120 стратегій smart-спеціалізації. Цей підхід вже застосовується в 12 країнах, в Україні – у пілотних областях: Запорізькій, Одеській та Харківській. «Якщо ми хочемо економічно інтегруватись із загальним ринком ЄС, включитись в глобальні ланцюги доданої вартості, то ми просто приречені реалізувати в Україні ідеї регіональної smart-спеціалізації»[2].

В умовах посилення інтеграційних процесів відбуваються значні зміни на регіональному рівні управління. Надання регіонам більшої самостійності, делегування відповідних повноважень стосовно організації процесу соціально-економічного розвитку підвищує рівень складності управління регіоном як системи. Тобто, за словами представників Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку облдержадміністрації, держава передала обласним органам влади повноваження і значні ресурси у сфері регіонального розвитку. Це вимагає формування таких методів регіонального управління, які б відповідали не лише новому статусу регіону, але й умовам зовнішнього середовища, що характеризуються високим рівнем нестабільності.

Відтак, новий статус регіонів визначає необхідність формування стратегічних методів управління та планування, які реалізують функцію стратегічного бачення розвитку регіону. Стратегія повинна стати підґрунтям для розробки короткотермінових та середньострокових програм економічного і соціального розвитку [3].

Регіональна стратегія розвитку – це довгостроковий план розвитку регіону, який визначає цілі, завдання, пріоритети, напрямки сталого економічного та соціального розвитку. Законом України «Про засади державної регіональної політики» [4] та Порядком розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, затвердженим постановою КМУ від 11.11.2015 № 932, визначені основні критерії до структури відповідних стратегій. Останні законодавчі зміни визначають обов'язкове застосування у стратегічних планах підходів smart-спеціалізації, що передбачає аргументоване визначення в рамках регіональної стратегії окремих стратегічних цілей та завдань щодо розвитку видів економічної діяльності, які мають інноваційний потенціал з урахуванням конкурентних переваг регіону та сприяють трансформації секторів економіки у більш ефективні [5].

SMART – це скорочення для п'яти критеріїв, яких потрібно дотримуватися у процесі визначення цілей: S M A R T. Specific (конкретні) –

відображення конкретних дій (або життєво важливих вимір; Measurable (вимірювані) – застосування кількісних показників; Achieving the Client (досяжні) – спрямованість дій на конкретну цільову групу; Realistic (реалістичні) – реалістичність виконання за наявних умов; Time-Limited (визначені у часі) – конкретизація часових рамок досягнення цілей [6].

Смарт-спеціалізація розглядається в розвинених країнах в якості концептуальної моделі формування не тільки інноваційної, а й соціально-економічної політики в цілому. Вона передбачає виявлення і стимулювання розвитку унікальних галузей або видів економічної діяльності, що становлять власне спеціалізацію тих чи інших регіонів у рамках національної економічної системи. Смарт-спеціалізація передбачає не стільки стимулювання інновацій, скільки активізацію довгострокових структурних змін в економіці регіону з орієнтацією на перспективу, тобто формування такої політики, яка дозволить регіону зайняти важливі ніші на глобальних ринках.

Концепція смарт-спеціалізації підкреслює роль: 1) регіональних органів влади; 2) інституціональних одиниць, що засновані на знаннях та 3) підприємців у формуванні спеціалізації та підвищенні конкурентоспроможності.

Крім того, технології загального призначення відіграють особливо важливу роль у зміцненні існуючих спеціалізацій і виявленні нових економічних можливостей не лише у високотехнологічних секторах, а й у традиційних галузях економіки. Для оцінювання регіону з метою початку в ньому процесу формування смарт-спеціалізації в рамках концепції потрійної спіралі «бізнес, наука, держава» [7].

Відповідно, розроблення стратегії смарт-спеціалізації базується на чотирьох принципах економічної трансформації («4 К»):

1. Критична маса і строгий відбір: обмежена кількість пріоритетів на основі

регіональних можливостей та міжнародної спеціалізації. Концентрація фінансових ресурсів і більш ефективного управління бюджетом.

2. Конкурентна перевага: адаптація інноваційного потенціалу до потреб бізнесу через підприємницьке відкриття.

3. Кластери та взаємозв'язок: розвиток кластерів та створення платформ для міжгалузевих зв'язків у регіоні і поза його межами.

4. Колаборативне (Спільне) управління: створення ефективної інноваційної системи на основі державно-приватного партнерства [7].

Зважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час стає на шлях та здобуває можливості конкурувати з туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів, розвивати логістичну інфраструктуру і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Список використаних джерел

1. Характеристика стратегічних інструментів соціально-економічного розвитку регіонів. URL:file:///D:/Загрузки/623-1614-1-PB.pdf (дата звернення 04.01.2020).
2. Smart-спеціалізація як новий інструмент регіональної політики. URL: <https://vezha.net.ua/economy/smart-specializaciya-yak-novij-instrumentregionalnoyi-politiki/> (дата звернення 10.01.2020).
3. Стратегічне планування з елементами смарт-спеціалізації. URL:<http://rada-bershad.gov.ua/novunu/maybutnye-rozvytku-regionivstrategichnym-planuvannyam-z-elementamy-smart-specializaciyi>(дата звернення 01.03.2020).
4. Про засади державної регіональної політики :Закон України від 5 лютого 2015 року № 156-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19> (дата звернення 01.01.2020).
5. Впровадження смарт-спеціалізації в регіональному розвитку. URL:<http://oblrada.odessa.gov.ua/blog/vprovadzhennya-smart-spetsializatsiyi-u-regionalnu-strategiyu-rozvytku-pidvyshhyt-konkurentospromozhnist-odeskogo-regionu/>(дата звернення 01.03.2020).
6. Як організувати процес стратегічного планування практичні рекомендації для українських міст та районів. URL: https://regionet.org.ua/files/03_How_to_organize_SP_-_UA.pdf(дата звернення 01.03.2020).
7. Визначення основних напрямів смарт-спеціалізації міста. URL:https://dei.kyivcity.gov.ua/files/2019/10/22/Zvit_dosl.pdf (дата звернення 19.01.2020).

ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ

Н.В. Терешук,

кандидат економічних наук,

Уманський національний університет садівництва

На сучасному етапі розвитку туристичного ринку існують проблеми інформаційного забезпечення туристичних підприємств та споживачів їхніх послуг. Для покращення поінформованості підприємств і туристів, як зазначалось раніше, 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.

Переваги застосування логістичних підходів до управління туристичними підприємствами чи територіями найкраще проявляються під час формування логістичних структур, наприклад, туристичних інформаційних центрів. Цим