

системи; вивчення фінансової та оперативної інформації відносно логістичних операцій (за окремими статтями витрат); вивчення ефективності управлінських рішень на різних рівнях господарювання; аналіз адекватності політики в сфері менеджменту підприємства; оцінка якості інформації; розробка проектів управлінських рішень в галузі логістичних систем; проведення стратегічного аналізу; розробка прогнозів розвитку логістичних систем.

Література.

1. Логістичний аудит. URL: <https://systemgroup.com.ua/uk/rishennya-ta-pz/upravlinnya-skladom/logistychnyy-audit>
2. Twaryg J. Koncepcja zastosowania audytu logistycznego w przedsiebiorstwie przemyslowym. *Gospodarka Materialowa i Logistyka*. 1998. 7-8.
3. Назаренко О.В. Аудит логістичного сегменту діяльності підприємства: складові елементи та пріоритетні напрями. Інвестиції: практика та досвід. 2019. Вип. 11. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2019/3.pdf
4. Кобзева К.В. Логістична система підприємства. Зб. наук. праць. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. Луганськ: СЛУ ім. В.Даля, 2008. № 19. С. 116-122.

АНАЛІТИЧНА СКЛАДОВА ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТСЬКОГО ІМІДЖУ МІСТА

*Курбак О. В., здобувач вищої освіти - магістрант
Науковий керівник: Влащенко Н. М., к. е. н., доцент,
wlagenko177@gmail.com*

*Харківського національного університету міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Останнім часом у зв'язку з розвитком ринкових відносин, інноваційними процесами в економіці, науці, освіті, культурі особливий інтерес викликає специфіка змісту та формування іміджу окремих територій (у нашому випадку – міст). В умовах загострення конкуренції природні умови і вигідне географічне положення вже не є основними факторами привабливості території. У боротьбі за присутність міжнародних компаній, висококваліфікованих працівників і туристів країни, регіони і міста ведуть активну діяльність зі зміцнення позицій у напрямку так званих м'яких (якісних) факторів. В останні десятиліття почав накопичуватися цікавий досвід міст різних країн щодо застосування потенціалу маркетингу з метою підвищення їхньої туристської та комерційної

привабливості. Для формування іміджу, а згодом і брэнда міста, необхідно проаналізувати макроекономічні показники: індикатори, індекси, рейтинги, які відображують соціально-економічний стан території, що досліджується.

Соціологічна група «Рейтинг» спільно з «International Republican Institute» у 2019 р. провела муніципальне дослідження: як жителі українських міст оцінюють якість послуг, роботу місцевої влади та інші показники, що визначають якість життя. Респонденти оцінювали свій рівень життя за 22 критерієм, які стосувалися міської економіки та благоустрою. Інтегровані показники були оцінені за 5-бальною системою: 1 – «жахливо»; 2 – «погано»; 3 – «середньо»; 4 – «добре»; 5 – «відмінно» [1].

За результатами дослідження кращими містами для життя в Україні виявилися Вінниця (3,4) і Луцьк (3,1). При цьому високі оцінки (у межах 4–5 балів) не отримало жодне місто України.

Отже, основним шаром інформації щодо оцінки іміджу міста є зазначені макроекономічні показники (індикатори, індекси, рейтинги). Однак, на наш погляд, аналіз іміджу міста необхідно доповнювати показниками туристської привабливості, а також суміжними показниками, які на неї впливають (екологічний стан, рівень безпеки міста) оскільки саме вони творять визначальний вплив на формування іміджу міста (таблиця 1).

Таблиця 1 – Аналіз розвитку рекреаційної діяльності та туризму [2]

Показники, як підлягають аналізу	Склад показників
1	2
Характеристика ресурсів для розвитку туризму	<ul style="list-style-type: none"> – наявність об'єктів туристської привабливості: визначних пам'яток історії, культури, архітектури, мистецтва тощо; – наявність природних національних парків, заповідників, заказників та інших об'єктів природи, які охороняються державою; – наявність інших об'єктів туристсько-рекреаційної привабливості; – наявність туристських підприємств (туристських операторів, агентів, екскурсійних бюро), їх кількість, режим (сезон) роботи; – характеристика діючих туристсько-екскурсійних маршрутів, оцінка ступеня включення об'єктів туристсько-рекреаційної привабливості до діючих маршрутів.

1	2
Характеристика екологічного стану	– Характеристика техногенних факторів міста, об'єктів (підприємств), які є екологічною загрозою; – стан водоймищ, атмосферного повітря; – проблеми і перспективи поліпшення екологічної ситуації.
Безпека регіону	– Характеристика криміногенної ситуації у регіоні; – динаміка правопорушень; – статистика інших загроз, притаманних досліджуваному регіону.

Окрім показників, що характеризують ресурси для розвитку туризму, екологічний стан та безпеку міста, ми пропонуємо доповнити аналіз стану міста показниками, які відображують його атракційну привабливість (таблиця 2).

Таблиця 2 – Дослідження атракційної привабливості міста [2]

Назва заходу	Термін проведення (дата)	Місце проведення	Характеристика заходу (діловий, розважальний та ін.)	Характеристика учасників
1.				
2.				
...				

Отже, в процесі аналізу міста необхідно:

– навести характеристику ділових заходів, що проводилися в ньому (конференцій, форумів, виставок, ярмарок тощо);

– навести характеристику ділової інфраструктури міста (виставкові холи, конференц-зали, торговельно-виставкові, демонстраційні зали): кількість, технічний стан, рівень затребуваності;

– охарактеризувати ділові кола (ділових клієнтів), які залучені у проведення ділових заходів: туристи з яких країн, якої сфери діяльності, соціальний статус клієнтів. У разі проведення спеціалізованих ділових заходів, слід дослідити, яке підприємство (організація) є їх організатором.

За результатами систематизації наведених вище даних необхідно зробити висновки щодо атракційної привабливості досліджуваного міста. Після виконання досліджень показників туристської привабливості, є доцільним застосування матричних методів оцінки іміджу території, таких як SWOT-аналіз і PEST-аналіз.

Таким чином, доповнення макроекономічних показників аналізом розвитку рекреаційної діяльності та туризму в місті, його атракційної привабливості на рівні з оцінкою міського продукту дасть змогу досягти комплексності та об'єктивності отриманих даних, які складатимуть базис для формування іміджу міста.

Література.

1. Офіційний сайт компанії «The Village». Url: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/292047-naykomfortnishi-mista-ukrayini-kiyiv-na-16-misti> (дата звернення 17.10.2020).
2. Влащенко Н. М. Сіті-брендинг: навч. посіб. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 153 с.

РОЛЬ СКЛАДА ЯК ЕЛЕМЕНТА ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

*Лиженков Д. В., здобувач вищої освіти 2 року навчання
магістерської програми, danil.listinskiy@gmail.com*

*Науковий керівник: Кудрявцева О. В., к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Методологічною основою для складу, як елемента логістичної системи, є системний аналіз. Сучасний склад являє складну техніко-економічну систему з динамічним характером функціонування, що змінюються під впливом змін зовнішнього середовища.

Склади відносяться до класу складних імовірнісних систем, оскільки вони складні по влаштуванню, за типами і конструкції обладнання, по числу параметрів, за характеристиками вантажів, що переробляються, і параметри їх випадковим чином змінюються під впливом вхідних і вихідних вантажопотоків.

Основними етапами системного дослідження складу є:

- змістовний опис;
- фіксування мети створення складу, його елементів і структури;
- параметричний опис і структурне дослідження;
- функціональний аналіз, оцінка результатів функціонування складу і порівняння його з поставленою метою.

Параметричний опис складської мережі зводиться до класифікації параметрів, їх змістовного опису, моделювання, математичної формалізації, встановлення меж зміни, взаємної залежності і впливу параметрів.