

Ю. С. Хрутьба, П. Г. Параніч, Т. Б. Ідзієв

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Предметом** дослідження в статті є логістичні послуги. **Мета** дослідження полягає у вивченні сучасного стану та особливостей розвитку ринку логістичних послуг в Україні. В статті вирішуються наступні **задачі**: визначення суті логістичних послуг, визначення факторів впливу на ринок логістичних послуг. **Методи** дослідження, використані у процесі написання статті, передбачають застосування таких загальних методів дослідження, як узагальнення та порівняння. **Результати** дослідження. У статті проведений аналіз наукової літератури, який дав змогу визначити, що вітчизняна логістика демонструє позитивні тенденції розвитку, здійснює вагомий вплив на економічний потенціал країни, стимулює розвиток суміжних, взаємопов'язаних галузей. Хоча ринок логістичних послуг України і перебуває в стадії розвитку, а темпи його зростання значно повільніші порівняно з іншими країнами, проте він є потенційно конкурентоспроможним. У даній роботі був проведений огляд теоретичних аспектів організації і проєктування логістичних систем у сучасних умовах. Даний аналіз дав змогу автору визначити, наскільки тісно вітчизняний ринок логістичних послуг пов'язаний із розвитком торговельних мереж та електронної торгівлі. Спираючись на логістичну стратегію, визначені етапи впровадження логістичної системи в країні. Для подальшого розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань: формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг; створення економічного та правового середовища; вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування; залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг. **Висновки.** Реалізація стратегії переходу сфери послуг на інноваційно-інвестиційну модель розвитку дасть змогу активізувати всі види економічної діяльності у виробництві та реалізації послуг, стане однією зі складових частин економічної безпеки країни.

**Ключові слова:** логістика; провайдер; електронна торгівля; системний підхід; Інтернет-бізнес.

### Постановка проблеми

Україні виходить на новий рівень розвитку логістичних послуг, що призводить до зростання конкуренції на кваліфіковані логістичні послуги. Активний розвиток електронної комерції на під час глобалізації світового ринку і зростання обсягів транзитних перевезень через нашу державу свідчить, про доцільність розвитку логістичного ринку, як однієї із пріоритетних галузей економіки. Український логістичний ринок розвивається, однак темпи його розвитку значно менші, порівняно із розвитком світового ринку логістики, саме тому дослідження сучасного стану та перспектив розвитку ринку логістичних послуг України є надзвичайно актуальним [1].

Використання логістичних методів в економічній діяльності сучасного підприємства дозволяє зменшити кількість операційних та інших витрат. Вивчаючи сучасний стан та перспективи розвитку ринку логістичних послуг дозволить послідовно і суттєво поліпшити стан економіки України.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вивчення наукової літератури, щодо вивчення сучасного стану логістики в Україні, показав, що науковці розглядають через зарубіжний досвід застосування логістичних підходів на виробничих підприємствах. Закордонними науковцями К. Кльозе, Л. Міротінім, Б. Анікінім в своїх роботах розглянуто проблеми формування логістичних систем на підприємствах. Серед українських фахівців важливий внесок у розвиток логістики зробили Є. Крикавський, Н. Чухрай, М. Окландер, В. Николайчук, І. Смірнов. Однак, низку питань щодо формування логістичних

систем на підприємствах належним чином не досліджено. Мало уваги приділено практичним аспектам формування логістичної системи підприємств, відсутні чіткі рекомендації щодо методики її ефективного формування на цих підприємствах.

### Невирішені складові загальної проблеми

За допомогою логістичних систем забезпечується можливість зниження витрат на транспортування, складування та скорочення часу на доставку продукції від виробника до споживача. Однак проблема полягає в тому, що впровадження логістичних систем на підприємствах ще не досить розвинуто. Найрозвиненішим компонентом вітчизняної системи логістики є своєчасність поставок вантажів, а найменш розвиненим – якість торговельної та транспортної інфраструктури.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є вивчення сучасного стану та особливостей розвитку ринку логістичних послуг в Україні.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Розвиток ринку логістики будь-якої країни, у тому числі й України, залежить від стану її економіки. Його оператори забезпечують взаємодію учасників економічних відносин, пов'язують виробничі ланцюги, логістичні ланцюги поставок, дають змогу товарам знайти своїх покупців. Обсяги наданих у сфері логістики послуг безпосередньо залежать від рівня активності їх споживачів, динаміки виробництва, внутрішньої та зовнішньої торгівлі [3].

Підприємства потребують нових можливостей, а

також шансів для зростання користі та ефектів, які пов'язані з діяльністю на міжнародних ринках, що постійно змінюються. Одна з можливостей, яка виходить за функціональні межі підприємства, – це забезпечення відповідного рівня обслуговування клієнта. Обслуговування клієнта об'єднує логістику і маркетинг, виразником чого є інтегрована логістико-маркетингова концепція. Варто зазначити, що Мартін Крістофер, один з основоположників поняття "маркетингова логістика", не наводить точного визначення у своїх працях [16]. Але зазначає, що маркетингова логістика зосереджена на тому, яким чином обслуговування клієнтів може бути використано для отримання конкурентних переваг. Вона прагне керувати взаємодією між маркетингом і логістикою з метою узгодження перспективних стратегій у контексті більш широкого ланцюжка поставок.

Як стверджує П. Блейк [14], ця концепція складається з інтеграції двох концепцій, з одного боку, логістики як концепції часткового управління, орієнтованої на постачання, а з іншого, – маркетингу, який орієнтований ринковою концепцією управління підприємством. Обидві концепції управління стикаються у найважливішому місці, яким є ринок, що детермінує стратегії діяльності підприємства на ринку збуту і забезпечення. Однак метою обох цих

концепцій є використання потенціалу і можливості підприємства, щоб досягти успіху на ринку і надати той рівень обслуговування клієнта, що вимагається. Отже, можна сказати, що до обслуговування клієнта належить підходити не тільки з перспективи маркетингу, але й з перспективи логістики, а сформульована стратегія повинна забезпечити досягнення найвищого рівня задоволення потреб і вимог клієнта. З логістичної точки зору під обслуговуванням клієнта маємо на увазі уміння або чітку здатність щодо ефективного заспокоєння очікувань клієнта, головне, щодо часу і місця поставок продуктів, що замовляються, з використанням усіх доступних форм логістичної діяльності [15].

Виходячи із зазначених залежностей, можна виділити фактори, що впливають на розвиток логістичного ринку нашої країни в даний час та сформувати поточні тенденції на логістичному ринку (табл. 1) [4]. Конкурентна ситуація стала додатковим стимулом для розвитку та вдосконалення роботи підприємств сервісних послуг України, пошуку нових споживачів, формування асортименту послуг для всіх верств населення з відповідними для них цінами на послуги. Основним фактором росту сфери сервісних послуг є стан і рівень розвитку інновацій, що покращує якість логістичного обслуговування [7].

**Таблиця 1.** Фактори впливу та розвитку ринку логістичних послуг в Україні

№	Фактори, що впливають на розвиток логістичного ринку України	Поточні тенденції на логістичному ринку
1	Динаміка українського промислового виробництва. У 2018-2019 роках спостерігається зростання загальних обсягів виробництва, але це поживлення стосується не всіх груп товарів.	Зниження товарообігу, обумовлене негативним впливом кризових явищ, змінилося з 2017 року процесом збільшення обсягів вантажоперевезень по причині стабілізації економічної ситуації в країні. У 1 кварталі 2017 року зростання обороту вантажів склав майже 10% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року.
2	Обсяги внутрішньої оптової та роздрібною торгівлі також останнім часом мають тенденцію до збільшення.	У першому півріччі 2019 року відмічено деякий перерозподіл часток вантажоперевезень між видами транспорту. У цей період, в порівнянні з 1 півріччям 2018 року, відбулося зниження на 1,5% частки залізниці, а частка трубопровідного транспорту збільшилася на 1,4%. Таким чином, практично весь зростання вантажообігу припав на автомобільний транспорт, оскільки обсяги перевезень іншими його видами не змінилися. Стагнація ринку залізничних перевезень пояснюється підвищенням тарифів на ці послуги в поєднанні з технічною зношеністю рухомого складу.
3	Стан зовнішньої торгівлі. Наслідком скорочення виробництва, зниження курсу національної валюти, загострення відносин з Росією стало скорочення обсягу експорту. Разом з тим, після 2016 року почалося зростання імпорту.	В Україні, як і в інших країнах світу, зростає популярність придбання товарів в інтернет-магазинах. Одним з головних переваг таких покупок, особливо важливим в умовах зниження реальних доходів наших громадян, є менша ціна товарів в порівнянні з традиційними торговими точками. З розвитком мережі інтернет-магазинів збільшується і попит на послуги логістичних компаній з доставки товарів з них як всередині країни, так і з-за кордону.
4	Загальне зниження доходів учасників економічної діяльності змушує їх до мінімізації своїх витрат, в тому числі і за рахунок логістичних послуг.	Спостерігаються позитивні зміни в секторі надання складських послуг. Економічні труднощі попередніх років змусили багатьох орендарів скоротити витрати на ці цілі шляхом переїзду на площі сховищ нижчої якості. Проте активізація торгівлі в 2018 році призвела до початку відновлення і складського ринку, яке продовжилося і далі. Причому орендарями більше половини складських приміщень є ритейлери. Тому з підвищенням купівельної спроможності населення очікується подальше збільшення попиту на складські послуги. Разом з тим, будівництво нових складських приміщень в період 2017-2019 років залишається невеликим і здійснюється переважно під потреби конкретних компаній в форматі built-to-suit [3].

Логістико-маркетингова концепція приділяє більшу увагу індивідуальним запитам споживачів, почали пристосовуватися до більш жорстких вимог щодо якості обслуговування, так як в сучасних

вимогах на ринку логістичних послуг можна побачити тенденції зростання вимог споживачів по відношенню до їх комплексності і якості.

Основними параметрами якості логістичного обслуговування споживачів вважають:

- 1) час обробки замовлень (час від отримання замовлення постачальником до доставки товару замовнику);
- 2) гарантовану доставку за будь-яких умов;
- 3) наявність товару на складі і його відвантаження за першою вимогою споживача;
- 4) максимальну відповідність виконаних замовлень вимогам споживача;
- 5) наявність необхідних потужностей для виконання дострокових замовлень;
- 6) об'єктивність цін на логістичні послуги;

7) наявність інформаційних систем про рівень, структуру витрат на логістичне обслуговування;

8) зручність розміщення замовлень у логістичній системі;

9) ступінь доступності виконання замовлення в діючій логістичній системі;

10) наявність в логістичній системі можливості надання постійним клієнтам товарних кредитів;

11) високий рівень технології вантажопереробки і якості упаковки товару [7].

На сучасному етапі розвитку ринок логістичних послуг України представлений на всіх рівнях логістичного сервісу (табл. 2) [7].

Таблиця 2. Рівні логістичного сервісу України

Рівень	Назва	Характеристика рівнів логістичного сервісу	Назва компанії в Україні
1PL	"Логістичний інсорсинг"	це вид логістичного сервісу, коли всі логістичні процеси здійснюються безпосередньо власним вантажоперевізником на власному транспорті, тобто вся логістика підприємства є автономною	
2PL	Частковий логістичний аутсорсинг	вид логістичної діяльності, коли складування, перевезення відбувається із залученням сторонніх компаній, але при цьому керують ланцюгом поставок самостійно. На сучасному етапі в Україні більшість компаній надають перевагу саме цьому виду логістичного сервісу.	"Інтайм", "Делівері", "Нова Пошта", "МістЕкспрес"
3PL	Комплексний логістичний аутсорсинг	той рівень логістичного сервісу, коли власник вантажу сам вже не займається зовнішньою логістикою. 3PL-провайдери – це багатопрофільні логістичні провайдери, що мають високопрофесійний персонал. Вони займаються доставкою товару, контролем проходження митниці, пакуванням, фасуванням товару тощо	"Гранд Логістик", "УБК", DHL, NEOLIT, "Black Sea Shipping Service Ltd."
4PL	Інтегрований логістичний аутсорсинг	вид логістичного сервісу, коли підприємство-замовник не лише залучає аутсорсера для виконання функцій транспортної логістики, але й передає йому задачі з проектування та управління ланцюгами поставок та логістичними бізнес-процесами на підприємстві	"Метро Кеш енд Кеппі" – METRO MGL Logistik GmbH
5PL	Віртуальна логістика	логістичний сервіс, який охоплює весь комплекс логістичних послуг глобального інформаційно-технологічного простору.	На жаль, на території України представлені лише транснаціональні 4PL- та 5PL-провайдери

За рівнем ефективності роботи логістичної системи Україна займає 61-ше місце серед 160 країн світу. На думку експертів, логістична система України прогресує. Це яскраво демонструє динаміка національного індексу ефективності логістики. У поточному році він досяг 2,98 бали. За оцінками Світового банку [5] найрозвиненішим компонентом вітчизняної системи логістики є своєчасність поставок вантажів, а найменш розвиненим – якість торговельної та транспортної інфраструктури.

У загальносвітовому експорті та імпорті всіх видів послуг частка транспортних послуг становить приблизно 24% (5,5 трлн дол. США). Звичайно, постачальники транспортно-експедиційних послуг на світовий ринок програють за вартісними показниками експортерам товарів, але тільки найбільшим.

Найбільшим постачальником логістичних послуг є США. Їх експорт складає близько 80-90 млрд дол. США. Але вони й імпортують транспортно-експедиційні послуги на рік на суму в 90-100 млрд дол. США. Проте поступово США втрачає лідируючі

позиції в даному сегменті ринку. Це пояснюється рядом економічних факторів та активним розвитком логістики в провідних європейських країнах. Також до найбільших експортерів даних послуг у світі відносяться Німеччина (25-26 млрд дол. США), Японія (40-45 млрд дол. США), а також Великобританія, Нідерланди, Гонконг (22-28 млрд дол. США), Корея та інші [6].

Одноосібним лідером в імпорті логістичних послуг також є США. Слідом за США за обсягами імпорту транспортних послуг йдуть: Німеччина – 52 млрд дол. США (7,56% ринку); Японія – 42,3 млрд дол. США (6,24% ринку); Великобританія – 35,8 млрд дол. США (5,21% ринку); Франція – 29,5 млрд дол. США (5,01% ринку); Данія – 23,9 млрд дол. США (3,48% ринку); Індія – 31,1 млрд дол. США (3,47% ринку); Республіка Корея – 29,9 млрд дол. США (3,41% ринку); Італія – 22,6 млрд дол. США (3,3% ринку); Нідерланди – 16,6 млрд дол. США (2,41% ринку) та інші. (дані наведені в середньорічному обсязі) [2].

Лідируючі позиції зазначених країн на світовому ринку покупки і продажу транспортних послуг, на думку провідних вітчизняних авторів, пояснюються активною участю даних країн у світовому товарообміні, в міжнародному поділі праці.

Частка управлінської логістики й комплексних логістичних послуг збільшуються, і більшість підприємств надають перевагу всебічній оптимізації своєї діяльності.

На сучасному етапі в світі спостерігається тенденція виникнення логістичних компаній та центрів, які пропонують комплексні функціональні рішення. Вони полягають у наданні 3PL-послуг й активному розвитку четвертого та п'ятого рівнів логістичного аутсорсингу. Слід зазначити, що максимальний попит спостерігається в Північній Америці та Європі. При цьому найбільше користувачів послугами 3PL операторів виявлено серед компаній, що працюють у сфері високих технологій (16%), промислового виробництва (13%) і виробництва продовольчих товарів (13%). Найменше користуються послугами аутсорсингу компанії, що здійснюють діяльність в області фінансів і телекомунікацій.

Вітчизняна логістика демонструє позитивні тенденції розвитку, здійснює вагомий вплив на економічний потенціал країни, стимулює розвиток суміжних, взаємопов'язаних галузей. Хоча ринок логістичних послуг України і перебуває в стадії розвитку, а темпи його зростання значно повільніші порівняно з іншими країнами, проте він є потенційно конкурентоспроможним. Транспортно-логістичний комплекс України – це стратегічно важливий та вагомий сегмент країни в політичному, економічному та соціальному аспектах. Логістика України становить у валовому внутрішньому продукті країни близько 12%, при цьому створюючи робочі місця для населення у розмірі 7% від загальної кількості зайнятого населення [9].

**Таблиця 3.** Найбільші логістичні оператори за обсягом власної та орендованої площі, на якій здійснюються логістичні операції [12]

Назва	Площа, м <sup>2</sup>	Обсяг площі: власної, в оренді, складу клієнта, яка обслуговується логістичним оператором, м <sup>2</sup>	Тип
ZAMMLER	75 000	75 000	Локальна
Kuehne+Nagel	67 000	123 000	Міжнародна
Raben	53 000	73 000	Міжнародна
Ekol	58 000	58 000	Міжнародна
FM Logistic	55 000	55 000	Міжнародна
УВК	50 000	50 000	Локальна
LogisticPlus	27 000	27 000	Локальна
НП Логістик	27 000	27 000	Локальна

Традиційно логістичні компанії в Україні присутні в основному в Києві та займають великі площі, проте в регіонах даний тренд представлений набагато нижчими показниками як площ, так і різноманітністю самих компаній. Це пов'язано в першу чергу із слабшим розвитком регіональних

В 2019 році на ринку складської нерухомості підтвердилась тенденція до зростання, яка розпочалась ще в кінці 2018. Основою рушійною силою стало загальне відновлення попиту з боку ринків роздрібної торгівлі та логістики, централізація (переміщення гравців з регіонів до столиці), покращення умов оренди у вигляді якісних приміщень, що сприяло зростанню обсягу валового поглинання та зменшенню вакантності [8].

У період кризи все більше логістичних операторів почали розвивати послугу аутсорсингу свого персоналу на складах клієнта. Якщо розглянути структуру обсягу площ, яка формується із площ, що перебувають у власності та в оренді логістичних операторів, та площ, на яких проводиться обслуговування клієнта на його ж складі, то цей показник є більшим за фактичні площі, які логістичний оператор орендує або має у власності [3].

Серед найбільших логістичних операторів, які домінують у секторі за обсягами орендованої площі та наявних площ у власності, можна виділити п'ятірку компаній, яка в основному складається з міжнародних компаній та однієї української компанії, які представлені в табл. 2. Потрібно відзначити, що під час кризових 2015-2016 років, локальні оператори поступово відвоювали свою частку на ринку. Українські компанії, які можна виділити на даний момент це Business Group, ZAMMLER, Logistic Plus, УВК та "НП Логістик" [10].

Проте, переважно, саме локальним логістичним провайдером властиве питання координації дій як всередині компанії, так і з клієнтами. Поступово, локальні оператори складають більш серйознішу конкуренцію міжнародним логістичним компаніям. Серед таких представників вітчизняних провайдерів, можна відзначити групу логістичних компаній ZAMMLER, яка на даний момент надає стабільно хороший сервіс та стрімко нарощує обсяги орендованих площ [11].

ринків. Що стосується міжнародних логістичних операторів, то їхніми ключовими характеристиками залишаються високі стандарти корпоративної культури, процедурності та якості послуг [12].

Варто зазначити, що українські логістичні компанії почали розвиватись в останні роки активніше. Потрібно відзначити, що під час кризових

2015-2016 років, локальні оператори поступово відвоювали свою частку на ринку. Українські компанії, які можна виділити на даний момент це Business Group, ZAMMLER, Logistic Plus, УВК та "НП Логістик". Проте, переважно, саме локальним логістичним провайдерам властиве питання координації дій як всередині компанії, так і з клієнтами. Поступово, локальні оператори складають більш серйознішу конкуренцію міжнародним логістичним компаніям. Для прикладу, українські компанії вже зараз розглядають нові напрямки для розвитку, що демонструє готовність інвестувати в нові проекти та формати. Адже, однією із переваг локальної логістичної компанії є можливість швидкого прийняття рішень на місці. Серед таких представників вітчизняних провайдерів, можна відзначити групу логістичних компаній ZAMMLER, яка на даний момент надає стабільно хороший сервіс та стрімко нарощує обсяги орендованих площ. Що стосується міжнародних логістичних операторів, то їхніми ключовими характеристиками залишаються високі стандарти корпоративної культури, процедурності та якості послуг. Наприклад, навіть під час кризи, міжнародний провайдер FM Logistic

продовжував будівництво складських об'єктів і на даний момент, вакантність в складських комплексах, які знаходяться у власності провайдера, є нульовою [12].

Вітчизняний ринок логістичних послуг тісно пов'язаний із розвитком торговельних мереж та електронної торгівлі. Важливими чинниками впливу є збільшення кількості магазинів по території України і відсутність можливості самостійно управляти ланцюгами постачання, а також недостатня кількість професійних і логістичних (розподільчих) центрів із різними температурними режимами.

Зростання обсягів торгівлі через мережу Інтернет на рівні 25–35% протягом декількох останніх років заставило ринок логістичних послуг запропонувати зовсім нові послуги для Інтернет-бізнесу (табл. 4).

Бурхливий розвиток електронної торгівлі зумовив зростання конкуренції між традиційними й новими форматами продажів товарів та послуг, що спонукає компанії до постійного пошуку нових логістичних рішень щодо форм і термінів доставки, комплектації замовлень споживачів, управління запасами, зберігання й розподілення товарів.

Таблиця 4. Види логістичних послуг для інтернет-бізнесу [3]

Назва послуги	Сегмент	Комплекс послуг	Основні гравці
Експрес-доставка вантажів	Сегмент B2B	Може передбачати як класичні транспортні та експедиторські послуги, так і клієнто-орієнтовані індивідуалізовані рішення, що створюють додаткові зручності й вигоди для клієнтів	"Укрпошта", "Нова пошта", "Делівері", "Міст експрес", "Ін-тайм" та інші
Кур'єрська доставка	Здебільшого сегмент B2C	Доставка кореспонденції або товарів у найкоротші терміни	"DHL", "FedEx", "TNT", "UPS"
Поштова логістика	Здебільшого сегмент C2C	Доставка листів, бандеролей і посилок	"Укрпошта" та приватні пош-тові оператори
Фулфілмент	Окремий сегмент складських послуг для Інтернет-магазинів	Передбачає забезпечення високого рівня організації технологічних процесів у центрах оброблення замовлень клієнтів	"Нова пошта", "ZAMMLER", "Raben", "Міст Експрес", "Denka Logistics", "FM logistic"
Напрямок sharing есопому (економіки спільного користування)	Сервіс працює переважно в сегменті C2C, але вже є спроби впровадити таку послугу в сегментах B2C та B2B	Інтернет-платформа для об'єднання власників вантажу і перевізників, що виконують міжміські та міжнародні перевезення, і дає змогу швидко й зручно вибрати перевізника	-

Отже, у процесі діяльності суб'єктів ринку логістичних послуг необхідно здійснювати моніторинг економічного середовища й відстежувати зміни, які в ньому відбуваються, прогнозувати наслідки прямого та опосередкованого впливів сукупності зовнішніх і внутрішніх чинників, що визначають умови функціонування та розвитку його учасників. Гравці ринку логістичних послуг також вимушені звертатися до досвіду сучасної єврологістики, вивчати правила функціонування на ринку логістичних послуг й особливо стандарти та запити клієнтів щодо якості логістичних послуг.

Для сучасного стану ринку послуг характерні такі особливості:

- розвиток та ефективна діяльність малих господарських утворень;
- суперечливе становище малого підприємництва через залежність від фінансування держави та її неспроможність надавати стабільну фінансову підтримку;
- високі показники діяльності колективних підприємств;
- збільшення обсягу реалізації послуг через зростання попиту на них [11].

Для подальшого розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань: формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг; створення економічного та правового середовища; вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування; залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг; створення реальних можливостей кожному підприємству доступу до виробничих, матеріально-технічних та фінансових ресурсів; подальший розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності; застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності у сфері послуг; здійснення заходів у галузі інвестиційної політики та сприяння інноваційному інвестуванню підприємств; підтримка в перспективі на відповідній науковій основі розвитку мережевих та кластерних структур безпосередньо сервісного характеру (транспортно-логістичні, туристично-рекреаційні, культурно-розважальні) [13].

Для України актуальним є прискорений розвиток і, відповідно, експорт туристичних, фінансових, ділових, науково-дослідних, будівельних послуг. Ця сфера зовнішньоекономічної діяльності є серйозним потенціалом для збільшення експорту країни і тому заслуговує пріоритетної уваги. Суттєве розширення участі України у світовій торгівлі послугами потребує розробки відповідної стратегії діяльності в системі міжнародного поділу праці. Реалізація стратегії переходу сфери послуг на інноваційно-інвестиційну модель розвитку дасть змогу активізувати всі види

економічної діяльності у виробництві та реалізації послуг, стане однією зі складових частин економічної безпеки країни.

Зростання зацікавленості у вирішенні проблем "першої та останньої милі" сприяло більш високим темпам розвитку логістичних послуг, появи нових технологій міської доставки товарів, реалізованих через електронні канали продажів. Експерти вважають, що в найближчій перспективі ми станемо свідками інверсії інституціональної структури глобальної логістики [3].

## Висновок

Вирішуючи транспортні проблеми, необхідно використовувати теоретичні і методологічні досягнення в області логістичних послуг. Проте важливо застосовувати не тільки наявні досягнення, але і виробити свою транспортну стратегію і визначити головні її принципи. Для України актуальним є прискорений розвиток Інтернет-бізнесу в логістичній діяльності. Ця діяльність є серйозним потенціалом для збільшення експорту країни і тому заслуговує пріоритетної уваги. Суттєве розширення участі України у світовій торгівлі послугами потребує розробки відповідної стратегії діяльності в системі міжнародного поділу праці. Реалізація стратегії переходу сфери послуг на інноваційно-інвестиційну модель розвитку дасть змогу активізувати всі види економічної діяльності у виробництві та реалізації послуг, стане однією зі складових частин економічної безпеки країни [13].

## Список літератури

1. Біловський К. Е. Стан та перспективи розвитку ринку логістичних послуг в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. № 4, Т. 2. С. 25–29.
2. Бькова, Е. Д., Винников, В. В., Винников, С. В. Логистика на водном транспорте: Учеб. пособие для студентов и курсантов высших учебных заведений водного транспорта. Одесса : Фешкс. 2004. 222 с.
3. Григорак М. Ю. Интеллектуализация рынка логистичных услуг: концепції, методологія, компетентність: монографія. К. : Сік Груп Україна. 2017. 516 с.
4. Зеленець М. В. Експедиція вантажів в транспортних компаніях. *Міжнародний бізнес Росії*. 2012. № 3. С. 39.
5. Кристофер М., Пэк Х. Маркетинговая логистика. 2005. 200 с.
6. Латунова Д. А. Аналіз ринку логістичних провайдерів України. Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф. 2015. 118 с.
7. Мельникова К. В. Теоретичні принципи логістичного обслуговування споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 309–312.
8. Наконечна Т. В., Гринів Н. Т., Данилович Т. Б. Особливості розвитку ринку логістичних послуг в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 24, Ч. 2. С. 139–144.
9. Романків І. Я. Розвиток ринку послуг в Україні. *Фінанси України*. 2011. № 11. С. 38–45.
10. Стручков О. Розвиток можливостей в Україні для чесної конкуренції на ринку ЗРР : веб-сайт. URL: [propozitsiya.com/ua/oleksiy-struchkov-borotitsya-z-falsifikaciiyeu-zzr-mozhna-tilki-licenzuvannyam](http://propozitsiya.com/ua/oleksiy-struchkov-borotitsya-z-falsifikaciiyeu-zzr-mozhna-tilki-licenzuvannyam) (дата звернення: 10.10.2020).
11. Blaik P. Logistyka. Konceptcja zintegrowanego zarzadzania, PWE. Warszawa, 2001.
12. Kempny D. Obsługa logistyczna, wyd. AE. Katowice, 2008.
13. Shoul, Dzh. (2008), *Pervoklassnyi servis kak konkurentnoe preimushchestvo [First class service as a competitive advantage]*, Moskov : Alpina Biznes Buks.
14. Pro-Consulting. Особливості ринку логістичних послуг в Україні: веб-сайт. URL: [pro-consulting.ua/ua/pressroom/osobennosti-gynka-logisticheskikh-uslug-v-ukraine](http://pro-consulting.ua/ua/pressroom/osobennosti-gynka-logisticheskikh-uslug-v-ukraine) (дата звернення: 11.11.2020).
15. Logist FM. Логістичний ринок України: логістичні оператори нарощують свою долю в сегменті складської логістики: веб-сайт. URL: [logist.fm/publications/logistichniy-rinok-ukrayini-logistichni-operatori-naroshchuyut-svoyu-dolyu-v-segmenti](http://logist.fm/publications/logistichniy-rinok-ukrayini-logistichni-operatori-naroshchuyut-svoyu-dolyu-v-segmenti) (дата звернення: 27.09.2020).

16. Logistics Performance Index (LPI) Report: The Gap Persists. World bank: веб-сайт. URL: <http://int-bi.com/sobytiya/material/7.html> (дата звернення: 11.11.2020).

## References

1. Bilyovsky, K. E. (2016), "Status and prospects of logistics services market development in Ukraine" ["Stan ta perspektivi rozvitku rinku logistichnikh poslug v Ukraïni"], *Visnyk of Khmelnytsky National University, Series: Economic Sciences*, Vol. 2, No. 4, P. 25–29.
2. Bykova, E. D., Vinnikov, V. V., Vinnykov, C. B. (2004), *Water transport logistics : a training manual*, Odessa, VD "Phoenix", 222 p.
3. Grigorak, M. Y. (2017), *Intellectualization of the logistics services market: concepts, methodology, competence* [Intelektualizatsiya rinku logistichnikh poslug: kontseptsii, metodologiya, kompetentnist], Kyiv, Sik Group Ukraine, 516 p.
4. Zelenets, M. V. (2012), "Freight forwarding in transport companies" ["Ekspeditsiya vantazhiv in transport companies"], *International business of Russia*, No. 3, P. 39.
5. Christopher, M., Pack, H. (2005), *Marketing Logistics* [Marketynhovaia Lohystyka], 200 p.
6. Latunova, D. A. (2015), "Market analysis of logistics providers in Ukraine" ["Analiz rinku logistichnikh provaideryv Ukraïni"], *Economic problems of sustainable development: materials of the International scientific-practical conference named after prof. Balatskoho O. F.*, Sumy, May 27, 118 p.
7. Melnikova, K. V. (2017), "Theoretical principles of logistics customer service" ["Teoretichni printsipi logistichnogo obslugovuvannya spozhivachiv"], *Khmelnytsky National University. Series: Economy and Society*, No. 8, P. 309–312.
8. Nakonechna, T. V., Green, N. T., Danilovich, T. B. (2019), "Features of the market of logistics services in Ukraine" ["Osoblivosti rozvitku rinku logistichnikh poslug v Ukraïni"], *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University, Series: International Economic Relations and the World Economy*, Vol. 24, Part 2, P. 139–144.
9. Romankiv, I. Y. (2011), "Development of the services market in Ukraine" ["Rozvitok rinku poslug v Ukraïni. Finansy Ukraïni"] *Finance of Ukraine*, No. 11, P. 38–45.
10. Struchkov, O. "Development of opportunities in Ukraine for fair competition in the PPE market" ["Rozvitok mozhливosti v Ukraïni dlya chesnoi konkurentsii na rinku ZZR"], available at : [propozitsiya.com/ua/oleksiy-struchkov-borotysya-z-falsifikatsiieyu-zzr-mozhna-tilki-licenzuvanniam](http://propozitsiya.com/ua/oleksiy-struchkov-borotysya-z-falsifikatsiieyu-zzr-mozhna-tilki-licenzuvanniam) (last accessed: 10.10.2020).
11. Blaik, P. (2001), *Logistyka. koncepcja zintegrowanego zarzadzania*, PWE, Warszawa.
12. Kempny, D. (2008), *Obsluga logistyczna*, wyd. AE, Katowice.
13. Shoul, Dzh. (2008), *First class service as a competitive advantage* [Pervoklassnyi servis kak konkurentnoe preimushchestvo], Moscow, Alpina Biznes Buks.
14. Pro-Consulting. "Features of the logistics services market in Ukraine", ["Osoblivosti rinku logistichnikh poslug v Ukraïni"] available at : [pro-consulting.ua/en/pressroom/osobennosti-rynka-logisticheskikh-uslug-v-ukraine](http://pro-consulting.ua/en/pressroom/osobennosti-rynka-logisticheskikh-uslug-v-ukraine) (last accessed: 11.11.2020).
15. Logist FM, "Logistics market of Ukraine: logistics operators are increasing their share in the segment of warehousing logistics" ["Logistichnii rinh Ukraïni: logistichni operatori naroshchuyut' svoyu dolyu v segmenti sklads'koï logistiki"], available at : [logist.fm/publications/logistichniy-rinh-ukrayini-logistichni-operatori-naroshchuyut-svoyu-dolyu-v-segmenti](http://logist.fm/publications/logistichniy-rinh-ukrayini-logistichni-operatori-naroshchuyut-svoyu-dolyu-v-segmenti) (last accessed: 27.09.2020).
16. Logistics Performance Index (LPI) Report: The Gap Persists, World bank, available at : <http://int-bi.com/sobytiya/material/7.html> (last accessed: 11.11.2020).

Надійшла (Received) 30.11.2020

## Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

**Хрутьба Юлія Сергіївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри транспортного права та логістики, Національний транспортний університет, Київ, Україна; email: [hrutbaj@gmail.com](mailto:hrutbaj@gmail.com); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3419-8364>.

**Хрутьба Юлія Сергеевна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри транспортного права і логістики, Національний транспортний університет, Київ, Україна.

**Khrutba Yuliya** – PhD (Economics Sciences), National Transport University, Associate Professor of the Department of Transport Law and Logistics, Kyiv, Ukraine.

**Параніч Поліна Геннадіївна** – Національний транспортний університет, студентка магістратури, Київ, Україна; email: [pparanich@ukr.net](mailto:pparanich@ukr.net); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1029-3535>.

**Параніч Поліна Геннадиевна** – Национальный транспортный университет, студентка магистратуры, Киев, Украина.

**Paranich Polina** – National Transport University, Graduate Student, Kyiv, Ukraine.

**Ідзів Тимур Багандалійович** – Національний транспортний університет, студент магістратури, Київ, Україна; email: [mshmops@gmail.com](mailto:mshmops@gmail.com); ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2410-6611>.

**Идзиев Тимур Багандалиевич** – Национальный транспортный университет, студент магистратуры, Киев, Украина

**Idziiev Tymur** – National Transport University, Master's Student, Kyiv, Ukraine.

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В УКРАИНЕ

**Предметом** исследования в статье есть логистические услуги. **Цель** исследования заключается в изучении современного состояния и особенности развития рынка логистических услуг в Украине. В статье решаются следующие **задачи**: определение сути логистических услуг, определение факторов влияния на рынок логистических услуг. **Методы** исследования, использованные в процессе написания статьи, предусматривают применение таких общих методов исследования, как обобщение и сравнение. **Результаты** исследования. Проведённый в статье анализ научной литературы, позволил определить, что отечественная логистика демонстрирует положительные тенденции развития, осуществляет значительное влияние на экономический потенциал страны, стимулирует развитие смежных, взаимосвязанных отраслей. Хотя рынок логистических услуг Украины и находится в стадии развития, а темпы его роста значительно медленнее по сравнению с другими странами, однако он остается потенциально конкурентоспособным. В данной работе был проведен обзор теоретических аспектов организации и проектирования логистических систем в современных условиях. Этот анализ позволил автору определить, насколько отечественный рынок логистических услуг тесно связан с развитием торговых сетей и электронной торговли. Опираясь на логистическую стратегию, определены этапы внедрения логистической системы в стране. Для дальнейшего развития сферы услуг необходимо решение комплекса взаимосогласованных задач: формирование благоприятных условий для предпринимательской деятельности в секторе услуг; создание экономической и правовой среды; совершенствование действия механизма местного самоуправления; привлечение общественности к активному участию в определении приоритетных направлений роста рынка услуг. **Выводы.** Реализация стратегии перехода сферы услуг на инновационно-инвестиционную модель развития позволит активизировать все виды экономической деятельности в производстве и реализации услуг, станет одной из составных частей экономической безопасности страны.

**Ключевые слова:** логистика; провайдер; электронная торговля; системный подход; Интернет-бизнес.

## CURRENT STATE AND FEATURES OF LOGISTICS SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

The **subject** matter of the article is logistics services. The **goal** of the work is to study the current state and features of the development of logistics services market in Ukraine. The following **tasks** are solved in the article: determination of the essence of logistics services, determination of factors of influence on the logistics services market. The research **methods** used in the process of writing the article involve the use of such general research methods as generalization and comparison. **Results.** The article analyzes the scientific literature and statistics, which allowed to determine that domestic logistics shows positive development trends, has a significant impact on the economic potential of the country, stimulates the development of related, interconnected industries. Although Ukraine's logistics services market is under development and its growth rate is much slower than in other countries, it is potentially competitive. This paper reviews the theoretical aspects of the organization and design of logistics systems in modern conditions. This analysis allowed the author to identify the domestic market of logistics services closely related to the development of trade networks and e-commerce. Based on the logistics strategy, the stages of implementing the logistics system in the country are determined. For further development of the service sector it is necessary to solve a set of mutually agreed tasks: the formation of favorable conditions for business in the services sector; creation of economic and legal environment; improving the mechanism of local self-government; involvement of the community in active participation in determining the priority areas of growth of the services market. **Conclusion.** The implementation of the strategy of transition of the services sector to the innovation-investment model of development will allow to intensify all types of economic activity in the production and sale of services, will become one of the components of the economic security of the country.

**Keywords:** logistics; provider; e-commerce; system approach; Internet business.

### *Бібліографічні описи / Bibliographic descriptions*

Хрутьба Ю. С., Параніч П. Г., Ідзів Т. Б. Сучасний стан та особливості розвитку ринку логістичних послуг в Україні. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2020. № 4 (14). С. 129–136. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2020.14.129>

Khurutba, Yu., Paranich, P., Idziiev, T. (2020), "Current state and features of logistics services market development in Ukraine", *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*, No. 4 (14), P. 129–136. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2020.14.129>