

Міністерство освіти і науки України
Український державний університет залізничного транспорту



МАТЕРІАЛИ

двадцятої науково-практичної міжнародної конференції
*«Міжнародна транспортна інфраструктура,
індустріальні центри та корпоративна логістика»*
(6-7 червня 2024р. м. Харків, Україна)



MT.KART.EDU.UA

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІНІСТЕРСТВО ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ
ТРАНСПОРТНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ
АТ «УКРАЇНСЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ»
CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET MÉTIERS (FRANCE)
INSTITUTE OF AUTOMATIC CONTROL TELEMATICS OF
TRANSPORT (POLAND)
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ПРОМИСЛОВОСТІ НАН УКРАЇНИ

Матеріали

*двадцятій науково-практичній
міжнародній конференції*

*«МІЖНАРОДНА ТРАНСПОРТНА
ІНФРАСТРУКТУРА,
ІНДУСТРІАЛЬНІ ЦЕНТРИ ТА
КОРПОРАТИВНА ЛОГІСТИКА»*

(6 - 7 червня 2024р. м. Харків)

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова: *Панченко С.В.*, д.т.н., проф., ректор Українського державного університету залізничного транспорту (Харків).

Заступники голови: *Каграманян А.О.*, к.т.н., доц., проректор з науково-педагогічної роботи .Українського державного університету залізничного транспорту (Харків);
Дикань В.Л., д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту (Харків).

Секретаріат:

Толстова А.В. к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту (Харків).

Шаповал Г.В. к.т.н., доц., заступник декана з денної форми навчання Факультету УПП Українського державного університету залізничного транспорту (Харків).

Примаченко Г.О. к.т.н., доц., доцент кафедри транспортних систем та логістики Українського державного університету залізничного транспорту (Харків).

О.О. Шапатіна, Д.О. Троян

Перспективи мультимодальних перевезень в Україні

174

Аліна Швець

Доставка останньої милі як сучасний виклик логістичному ринку

175

Секція «Менеджмент і маркетинг на транспорті»

T. Yu. Charkina, V. A. Zadoya

Key principles of marketing management implementation at railway transport enterprises

178

I.V. Fedotova, V.D. Dmytriienko

Defining elements of corporate culture in motor transport enterprises

180

I.V. Fedotova, I.O. Sotsenko

Streamlining human resource management through hr logistics

182

L. L.Kalinichenko, E. Y.Zaika

International reputation management

184

Л.М.Ачкасова, Т.О.Водолажська

Особливості управління корпоративною логістикою в міжнародній транспортній інфраструктурі

185

Н.А.Бочарова, І.О.Яровий

Вивчення викликів та проблем управління в мультикультурному середовищі

188

Я.І. Величко, Д.Ю. Любота

Стратегічне планування як ключ до ефективного управління змінами на підприємстві

190

Ю. О. Головчук, І. А. Герцун

Аналіз середовища та стратегічне планування як основа управління підприємством

192

виклики та використовувати виникаючі можливості.

Таким чином, стратегічне планування в контексті управління змінами допомагає організаціям не просто виживати у змінних умовах, а й процвітати, активно формуючи майбутнє через добре продумані стратегічні рішення. Напрямками подальших досліджень можуть стати інтеграція цифрових технологій в процеси стратегічного планування для підвищення їхньої точності та ефективності.

[1] Новікова М.М., Боровик М.В., Бубирьов Є.А. Теоретичні аспекти управління організаційними змінами на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2022. №10. С. 219–225. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-10-219-225>.

[2] Гурбик Ю., Сальнікова М., Курган П. Суть, принципи та етапи стратегічного планування на підприємстві. *Економіка та суспільство*, 2019. № 20. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/9>.

УДК 65.012.7:005.21

АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩА ТА СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

ENVIRONMENTAL ANALYSIS AND STRATEGIC PLANNING AS A BASIS FOR ENTERPRISE MANAGEMENT

Ю. О. Головчук, канд. економ. наук, І. А. Герцун
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Y. O. Holovchuk PhD (Econom.), I. A. Hertsun
Vinnitsia Trade and Economic Institute of State Trade and Economics University

Удосконалення стратегії управління підприємством є невід’ємною складовою успішного функціонування будь-якої компанії в умовах постійно змінного бізнес-середовища. Ефективна стратегія управління дозволяє підприємству адаптуватися до змін, максимізувати свій потенціал і забезпечувати стійке зростання.

Розглянемо найважливіші етапи, які можуть допомогти підвищити ефективність управління підприємством. Першим етапом удосконалення стратегії – це аналіз поточного стану підприємства та його ринкового середовища. Керівництво повинно оцінити сильні та слабкі сторони компанії, а також визначити можливості та загрози, що виникають у зовнішньому середовищі. Це допоможе зрозуміти, які зміни потрібно внести для досягнення стратегічних цілей. Після аналізу потрібно чітко сформулювати місію підприємства та стратегічні цілі, які воно прагне

досягти. Це повинно бути напрямком, який буде визначати всі подальші дії компанії [1, с. 67-70; 2].

На основі визначеної місії та цілей необхідно розробити стратегію, спрямовану на досягнення цих цілей. Це може включати в себе вибір конкурентної стратегії, розробку планів розвитку продуктів та послуг, а також виявлення ключових ресурсів та компетенцій, які необхідно розвивати. Ключовою у цьому процесі є постійний моніторинг та оцінка результатів для вчасного внесення коректив.

Важливо, щоб стратегія була впроваджена в життя на всіх рівнях підприємства. Це може вимагати перегляду організаційної структури, зміни процесів та процедур, а також вдосконалення систем управління та контролю [3, с. 72-73; 4].

Останній, але важливий етап – це постійний моніторинг виконання стратегії та потреба у її оновленні. Бізнес-середовище постійно змінюється, і стратегія повинна адаптуватися до цих змін для забезпечення успіху підприємства в майбутньому.

Удосконалення стратегії управління також передбачає залучення всіх зацікавлених сторін, включаючи топ-менеджмент, працівників та клієнтів. Відкритий комунікаційний процес сприяє спільному розумінню цілей компанії та залученню ресурсів для їх досягнення [4; 5, с.18-24].

Стратегія управління, тобто стратегічний план для поліпшення роботи підприємства, має розроблятися не однією висококваліфікованою особою у цій сфері, а усією організацією загалом. План має розроблятися за допомогою масштабних досліджень та великою кількістю фактичних даних. Щоб створити якомога ефективнішу конкуренцію у сучасному світі, у цілому й в самому бізнесі необхідно, щоб організація постійно зважала на розвиток галузі та ринку.

Отже, удосконалення стратегії управління є ключовим елементом для забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності підприємства. Через систематичний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення стратегічних цілей і відповідних стратегій, а також залучення всіх зацікавлених сторін, компанія може ефективно адаптуватися до змін та максимізувати свій потенціал. Постійне удосконалення стратегії відповідає вимогам сучасного бізнесу і допомагає досягти успіху в динамічному середовищі.

[1] Головчук Ю. О., Никига О. В., Запісоцький А. І. Інноваційні засади розвитку промислового туризму. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 2 (39) 2023. С. 67-71. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.39-11>

[2] Графська О. І., Головчук Ю. О. Інноваційні засади регіональної політики розвитку туризму. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. № 1 (69), 2023. DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8550

[3] Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О., Середницька Л. П. Маркетингові дослідження як основа розробки маркетингової стратегії підприємства. *Scientific. Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2020. Vol. 8, № 3. P. 72-74. URL: <http://ir.vtei.edu.ua/card.php?id=26386>

[4] Федоришина Л., Головчук Ю. О. Боднар Р. О. Туризм як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. №57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88>

[5] Черевко О. В., Белоусова Н. В., Головчук Ю. О. Теоретико-методологічне забезпечення розвитку економіки регіонів України. *Актуальні проблеми економіки*. 2021. №4. С.17-25. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/4.21._topic_-Cherevko-O.V.-B%D1%96elousova-N.V.-Golovchuk-J.%D0%9E.17-25.pdf

УДК 658.8:629.7

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ В ТРАНСПОРТНІЙ ІНДУСТРІЇ

THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF MARKETING IN THE TRANSPORTATION INDUSTRY

Ю. О. Головчук, канд. економ. наук, Я. В. Карман
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Y. O. Holovchuk PhD (Econom.), Y. V. Karman
Vinnytsia Trade and Economic Institute of State Trade and Economics University

Цифрові технології радикально змінили підходи до маркетингу в транспортній індустрії, відкриваючи нові горизонти для залучення клієнтів і підвищення ефективності рекламних кампаній. Однією з ключових переваг цифрових інструментів є можливість збору та аналізу великих обсягів даних про споживачів. Це дозволяє компаніям розуміти поведінку своїх клієнтів, їхні вподобання та потреби на глибшому рівні, що є важливим для створення персоналізованих маркетингових стратегій.

Мобільні додатки стали невід'ємною частиною маркетингових комунікацій у транспортній сфері. Вони надають клієнтам можливість швидко та зручно здійснювати бронювання, отримувати актуальну інформацію про розклади, ціни та спеціальні пропозиції. Це не лише підвищує задоволення клієнтів від обслуговування, але й дозволяє компаніям зібрати дані про поведінку користувачів додатків, що може бути використано для удосконалення продуктів і послуг [1; 2].

Соціальні медіа відіграють також важливу роль у сучасному маркетингу транспортних компаній. Інтерактивність і візуальний контент дозволяють компаніям ефективно привертати увагу споживачів, підвищуючи впізнаваність бренду та стимулюючи залучення аудиторії. Онлайн-реклама і рекламні кампанії, оптимізовані за допомогою цифрових технологій, дозволяють транспортним компаніям точно налаштовувати

МАТЕРІАЛИ
ДЕВ'ЯТНАДЦЯТОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
МІЖНАРОДНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МІЖНАРОДНА ТРАНСПОРТНА ІНФРАСТРУКТУРА,
ІНДУСТРІАЛЬНІ ЦЕНТРИ ТА КОРПОРАТИВНА ЛОГІСТИКА»
(1-2 ЧЕРВНЯ 2023 РОКУ)

Відповідальний за випуск А.В. Толстова

Підписано до друку 21 червня 2024р.

Формат паперу 60X84 1/16. папір писальний.

Умовн.-друк. Арк. **16,9**. Обл.— вид. арк.. **17,35**.

Замовлення № Тираж 210. Ціна договірна

Видавництво УкрДУЗТу, свідоцтво ДК № 6100 від 21.03.2018 р.