

**Додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

**22 листопада 2024 року
м. Харків, Україна**

**Харків
2024**

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол №12 від 29.10.2024 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 10 від 28.10.2024 р.)

Рецензенти: **Кизим Микола Олександрович**, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, керівник відділення досліджень людського капіталу, завідувач відділу досліджень людського розвитку Інституту демографії та проблем якості життя НАН України (Київ, Україна);
Криворучко Оксана Миколаївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);
Назарова Галина Валентинівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної економіки Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22 листопада 2024 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2024. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто проблеми та перспективи розбудови економіки України, стратегічного управління конкурентоспроможністю підчас війни та повоєнної розбудови економіки України на основі інновацій, зокрема питання: сучасного стану використання пропозицій Овсія Лібермана щодо планування, зростання прибутку підприємств; управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації; розглянуто сучасні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України; інноваційної трансформації промисловості України за різними галузями; перспективних напрямів розвитку циркулярної економіки в Україні.

Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Представлений матеріал може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, практичній діяльності підприємств і організацій для підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій.

ЗМІСТ

Секція 1

Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

<i>Адамчук С. Р.</i> Оптимізація управління запасами матеріальних ресурсів на підприємстві	81
<i>Алієва А. Н.</i> Теоретичні аспекти стратегування розвитку підприємства	85
<i>Андрієвська Д. О.</i> Інструменти та стратегії управління репутаційними ризиками	89
<i>Безносенко К. В.</i> Формування конкурентних переваг підприємства	93
<i>Берднікова А. І.</i> Формування конкурентної стратегії підприємства	96
<i>Беспалов В. В.</i> Інноваційні методи в системі розвитку персоналу підприємств	100
<i>Белікова Н. В.</i> Стратегічне управління вирішенням проблемних ситуацій у прикордонному регіоні (на прикладі Харківської області)	105
<i>Бриль Є. В.</i> Роль адаптації персоналу в забезпеченні стійкості організації в сучасних умовах	110
<i>Бударін О. С.</i> Імпортозаміщення як основа підвищення ефективності діяльності підприємства	115
<i>Будрейко М. А.</i> Значущість системи охорони здоров'я як критичної сфери економіки України в умовах воєнного стану	119
<i>Булахова А. В.</i> Управління персоналом в умовах віддаленої роботи	123

УДК 658.788.5:658.815

Організація процесу логістичного обслуговування споживачів

Пилипенко Іван Анатолійович,

студент 4 курсу, навчально-науковий інститут Менеджменту і маркетингу,

ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),

e-mail: ivan.pylypenko@hneu.net;

Колодізева Тетяна Олександрівна,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,

логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),

e-mail: kolodizeva@ukr.net

В умовах швидкого розвитку технологій, постійних змін ринкової ситуації, глобалізації та підвищення потреб споживачів логістичне обслуговування може стати конкурентною перевагою для підприємства. Сучасний споживач очікує швидкісну та надійну доставку, можливість відстеження свого замовлення у режимі реального часу, повну та безперервну доступність товарів.

Своєю чергою, ефективно організоване логістичне обслуговування може оптимізувати витрати, забезпечити кастомізацію процесів виробництва, знизити час на постачання товарів до споживачів, забезпечити підтримку функціонування ланцюгів постачання та складів, підвищити продуктивність персоналу та рівень задоволеності клієнтів.

У працях вітчизняних і зарубіжних науковців на сьогодні не існує єдиного розуміння щодо визначення логістичного обслуговування.

Так, на думку К. В. Мельникової, «логістичне обслуговування – це сукупність логістичних операцій із матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками, які забезпечують максимальне задоволення попиту споживачів у процесі управління логістичними потоками, відповідають критерію оптимальності логістичних витрат та забезпечують підприємству конкурентні переваги» [2].

З точки зору А. В. Севост'янової та А. С. Новікової, «логістичне обслуговування споживачів – це важлива складова процесу обслуговування, яка дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб споживачів за умови підтримки ефективного рівня витрат у ланцюзі постачань» [5].

Н. П. Резнік, А. В. Півень та О. П. Волошина зазначають, що «логістичне обслуговування дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб клієнтів за якнайнижчих сукупних витрат та гарантованого отримання клієнтом відповідного товару, відповідної кількості та асортименту в певному місці, певний час і певною ціною» [4].

Узагальнення визначень науковцями поняття «логістичне обслуговування» дає підставу стверджувати, що найчастіше вчені оперують такими ключовими поняттями, як процес, задоволення потреб, мінімізація витрат. Серед завдань, які вирішує логістичне обслуговування, науковці переважно відзначають мінімізацію витрат на обслуговування, досягнення ефекту у виді задоволення потреб споживача.

Отже, вважаємо, що логістичне обслуговування – це процес надання комплексу логістичних послуг (складування, транспортування, пакування, післяпродажне обслуговування тощо) споживачам з метою задоволення їх потреб та мінімізації сукупних логістичних витрат.

Процес логістичного обслуговування включає в себе планування, реалізацію та контроль за ефективним і економічно вигідним транспортуванням та зберіганням товарів, послуг і інформації від місця відправлення до місця призначення.

Відповідно до [3], логістичний процес обслуговування замовлень споживачів у межах логістичної системи підприємства описується такою послідовністю етапів: «приймання замовлення – постачання – виробництво – транспортування – розподіл – доставка замов-

лення». Цей процес охоплює низку стандартних дій, таких як прийом заявок від внутрішніх і зовнішніх клієнтів, визначення термінів доставки та відправки товарів, планування транспортування, зберігання на складі, моніторинг прибуття і відвантаження, повідомлення клієнтів про очікуваний час прибуття транспорту, оформлення документації тощо.

Застосовуючи процесний підхід, логістичне обслуговування споживачів можна визначити як комплекс процесів, в яких продавець та клієнт беруть участь з різним ступенем активності, від пасивного – в очікуванні, до активного – виконання певних процедур. Цей процес охоплює взаємодію сторін під час процесів обслуговування споживачів, включаючи періоди очікування та виконання конкретних операцій.

Ефективний процес логістичного обслуговування споживачів повинен відповідати правилам «8R», які є розширеною версією попередніх правил (5R, 6R та 7R), та складається з 8 складових: потрібний продукт, точний час, потрібна кількість, достатня якість, точне місце, мінімальні витрати, потрібний споживач та персоніфікованість обслуговування. Дотримання восьмого правила – персоніфікованість обслуговування – сприяє задоволенню потреб клієнтів і підтримці їх лояльності, є ключовим фактором успіху для будь-якого бізнесу. Процес логістичного обслуговування можна розподілити на 3 етапи [2–4]:

- передпродажне логістичне обслуговування включає в себе операції, що здійснюються перед доставкою товару кінцевому споживачу або перед його продажем на ринку і спрямовані на формування і узгодження умов співробітництва між контрагентами;
- обслуговування в процесі виконання замовлення включає в себе операції, спрямовані на реалізацію всіх юридичних зобов'язаностей, це можуть бути послуги з транспортування, збе-

рігання, продажу товарів, послуги з надання інформаційної підтримки тощо;

- післяпродажне обслуговування – це логістичні операції, котрі здійснюються після виконання замовлення. Їх мета – забезпечити оптимальний рівень задоволеності клієнта та створити умови задля утримання клієнта та подальшої співпраці з ним.

Високий рівень якості надання послуг на всіх трьох етапах логістичного обслуговування гарантують високу якість обслуговування споживачів, збільшують рівень їх задоволеності, сприяють зростанню їх лояльності до компанії.

Таким чином, в умовах сучасного ринку, який характеризується динамічним розвитком технологій, змінами в ринкових умовах і зростанням споживчих очікувань, логістичне обслуговування відіграє ключову роль у забезпеченні конкурентних переваг підприємства. Якісне обслуговування на всіх етапах логістичного циклу – передпродажному, у процесі виконання замовлення та післяпродажному – сприяє підвищенню лояльності споживачів, що є важливим фактором успіху для будь-якої компанії в сучасному конкурентному середовищі.

З'ясування ролі логістичного обслуговування в підвищенні конкурентоспроможності сучасних підприємств може розглядатись як напрям подальших наукових досліджень.

Література

1. Криворучко О. М. Поняття «логістичний сервіс» і «логістичне обслуговування». *Економіка транспортного комплексу*. 2019. Вип. 33. С. 31–44.
2. Мельникова К. В. Теоретичні принципи логістичного обслуговування споживачів. *Економіка і Суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 309–312.
3. Овчаренко А. Г. Процес логістичного обслуговування споживачів. *Економіка транспортного комплексу*. 2019. Вип. 33. С. 106–118.
4. Резнік Н. П., Півень А. В., Волошина О. П. Особливості логістичного сервісу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 3. С. 304–309.

5. Севост'янова А. В., Новікова А. С. Виявлення сучасних проблем логістичного обслуговування в Україні. *Вісник Національного транспортного університету*. 2021. Вип. 2. С. 142–149.

Тези надійшли до редакції 25.10.2024 р.

