

Міністерство освіти і науки України
Український державний університет залізничного транспорту



Міністерство
освіти і науки
України



МІНІСТЕРСТВО
ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

le cnam

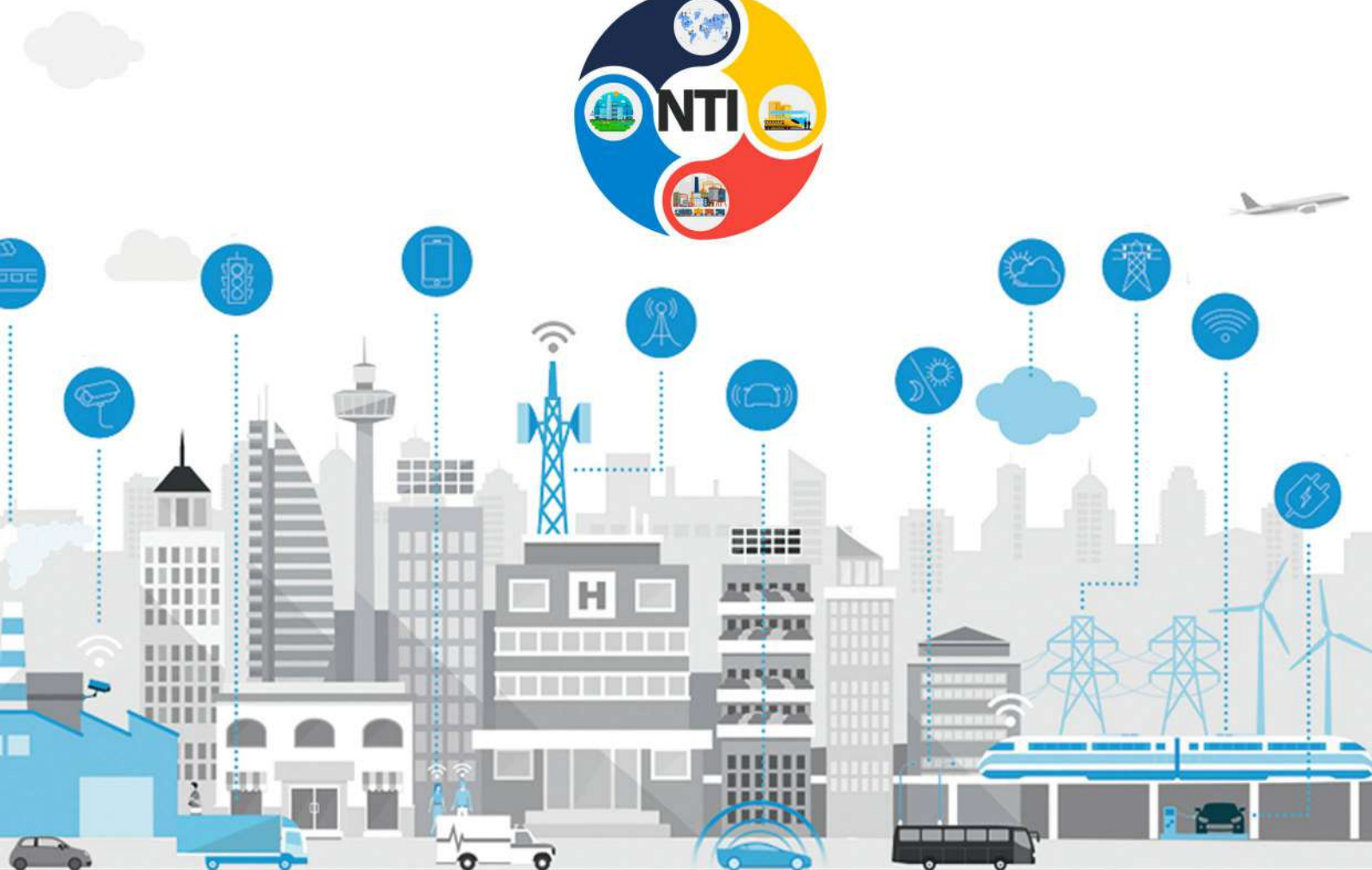
Prime

УкрДТ "Державний експлуатаційний центр"
вагонного транспорту "УкрДТ-ТМ"

МАТЕРІАЛИ

двадцять другої науково-практичної міжнародної конференції
*«Міжнародна транспортна інфраструктура,
індустріальні центри та корпоративна логістика»*

(4-5 червня 2026 р. м. Харків, Україна)



MT.KART.EDU.UA

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ГРОМАД ТА ТЕРИТОРІЙ 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

*Двадцять другої науково-практичної
міжнародної конференції*

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

(4 – 5 червня 2026 р., 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 управління процесами перевезень 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).

підприємством.

Таким чином, формування позитивного іміджу підприємства в умовах глобалізації вимагає системного підходу до управління репутацією в цифровому середовищі. Реалізація запропонованих заходів з інтернет-маркетингу (оптимізація сайту, розвиток SMM-комунікацій) та гармонізація корпоративної культури дозволять туристичним підприємствам адаптуватися до сучасних викликів, підвищити рівень клієнтської довіри та посилити свою конкурентоспроможність.

[1] Баранюк Н.І. Теоретичний аналіз компонентів організаційної культури, необхідних для ефективного розвитку організації. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна*. 2023, Вип. 2. С. 13-22.

[2] Вардеванян В.А. Методи оцінки іміджу організації та їх застосування. *Вісник Чернівецького торговоекономічного інституту КНТЕУ*. 2020. №2. С. 45-49.

[3] Гарматюк, О., & Подзігун, С. Формування іміджу підприємства засобами маркетингових комунікацій: стратегічні підходи та комунікативні інструменти. *Економіка та суспільство*. 2025. (75). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-21>[4] Рожко В. І. Теоретичні та практичні аспекти формування іміджу підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2023. No 2 (56). С. 168–175.

УДК 658.012.2

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

STRATEGIC PLANNING OF ENTERPRISE DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBAL TRANSFORMATIONS

докт. екон. наук Г. С. Черноіванова
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця (м. Харків)

H. Chernoiwanova, D.Sc. in Economics
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Kharkiv)

Сучасне ділове середовище переживає епоху безпрецедентних змін, де головним рушієм розвитку виступають технології. Цифрова трансформація перестала бути просто ІТ-ініціативою – сьогодні це фундаментальна умова виживання та забезпечення конкурентоспроможності підприємств. В умовах цифрової реальності, де ринкові умови змінюються блискавично, класичні лінійні моделі стратегічного планування втрачають свою ефективність і потребують кардинального переосмислення.

В умовах глобальної цифровізації та турбулентного бізнес-середовища здатність організацій швидко адаптуватися стає фундаментальною умовою виживання. Для України ця проблема набуває особливої гостроти: країна перебуває у складному трансформаційному стані, де економічне

відновлення та успіх реформ безпосередньо залежать від рівня впровадження новітніх технологічних розробок у діяльність вітчизняних підприємств. Саме необхідність кардинального переосмислення класичних моделей управління та переходу від жорстких довгострокових планів до безперервного, гнучкого стратегічного планування зумовлює високу актуальність обраної теми.

Історично стратегічне планування зводилося до створення лінійних планів на 3-5 років. Проте сьогодні, коли інновації з'являються щодня, а ринкові умови змінюються блискавично, такі плани застарівають ще до моменту їх реалізації.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення системи стратегічного планування в умовах цифрової трансформації на підприємстві.

Стратегічне планування в умовах цифровізації перетворюється з разової події на безперервний, динамічний процес адаптації. Ключовими характеристиками такого планування стають гнучкість (Agility), управління на основі даних (Data-driven approach), синхронізація бізнесу й технологій та глибока культурна трансформація.

На базі досліджуваного підприємства було проведено експертний аналіз можливих напрямів удосконалення стратегії. За результатами оцінювання найвищий пріоритет (20 балів) отримала стратегія розширення торгівлі інноваційними товарами щорічно не менше ніж на 5%. Друге місце (15 балів) посіла стратегія формування інноваційних бізнес-планів (до 10 фізично-юридичних осіб щорічно), а третє (10 балів) – залучення додаткових клієнтів.

Враховуючи ці пріоритети, стратегічна концепція підприємства визначається як створення високоприбуткової розвинутої компанії з фахівцями найвищого професійного рівня. Для практичної реалізації цієї концепції розроблено три ключові стратегічні напрямки:

1. Збільшення прибутковості роботи підприємства – через розширення торгівлі інноваційними товарами. Стратегічні цілі: забезпечення операційної ефективності, підвищення рентабельності діяльності та сукупних активів.

2. Поліпшення якості надання послуг та виконання робіт – шляхом формування інноваційних бізнес-планів. Стратегічні цілі: посилення інноваційної активності, запровадження новітніх технологій, оновлення техніко-технологічної бази та реформування системи підбору кадрів.

3. Покращення репутації підприємства – завдяки залученню нових клієнтів. Стратегічні цілі: забезпечення відкритості звітів, інформаційна підтримка результатів роботи та створення високої організаційної культури.

Для безпосередньої реалізації визначених стратегічних напрямків та цілей пропонується впровадити такі практичні рішення:

Інтеграція сучасної ERP-системи для автоматизації управління

запасами, логістикою та фінансами, що дозволить приймати управлінські рішення на основі аналітики даних у режимі реального часу.

Запуск цифрової B2B-платформи для спрощення взаємодії з гуртовими клієнтами, швидкого укладання договорів та просування нових бізнес-планів для партнерів.

Створення внутрішньої системи цифрового навчання (e-learning) для персоналу, спрямованої на підвищення кваліфікації, адаптацію до нових технологій та формування сучасної корпоративної культури.

Таким чином, удосконалений підхід до стратегічного планування, який базується на імперативах цифрової трансформації, дозволяє узгодити стратегічні цілі підприємства із впровадженням інновацій. Практичне застосування запропонованих заходів безпосередньо в операційній діяльності сприятиме підвищенню гнучкості управління, збільшенню рентабельності та забезпеченню довгострокової конкурентоспроможності підприємства на ринку.

[1] Іщенко І.С. Сутність та принципи стратегічного моніторингу на підприємстві. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2021. № 3 (90). С. 45–53.

[2] Хімич С.В. Впровадження ERP-систем: вдосконалення управління цифровізацією бізнес-процесів підприємства. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом*. 2023. № 5 (72) : *Економіка та управління підприємствами*. С. 181–190

[3] Чалюк Ю. О. «Warstate» і «Welfare state»: конфлікт чи синергія воєнної стратегії та соціальної безпеки України. *Сталій розвиток економіки*. 2024. № 1(48). С. 309–320.

УДК 316.344.42:323.2

ГЛОБАЛЬНА КРИЗА ЯК НАСЛІДОК ДЕГРАДАЦІЇ ЯКОСТІ ЕЛІТ GLOBAL CRISIS AS A CONSEQUENCE OF THE DEGRADATION OF ELITE QUALITY

*канд. геогр. наук П. О. Черномаз
ТОВ «КЛ «МЕТРОЛОГІЯ» (м. Харків)*

*P. O. Chernomaz, PhD (Geogr.)
LLC «CL "METROLOGY» (Kharkiv)*

Глобальна криза початку XXI століття є не просто результатом кон'юнктурних економічних збоїв чи геополітичного суперництва, а логічним відображенням системного занепаду духовності та моралі в панівних коаліціях країн світу [1]. Причинно-наслідковий ланцюг деградації еліт бере свій початок у метафізичній площині суспільної свідомості, де відхід від основоположних ціннісних орієнтирів і секуляризація мислення руйнують внутрішні етичні бар'єри правлячих класів. Аналіз кризових процесів у різних географічних та соціокультурних просторах демонструє специфіку деградації еліт залежно від цивілізаційного контексту:

| | |
|---|-----|
| Ю. М. Туницька, Ю. В. Гурнак Міжнародне інвестиційне середовище України: стан, виклики та перспективи | 552 |
| Н. Л. Фролова Еволюція бізнес-моделей малого та середнього підприємництва в умовах цифрової та економічної невизначеності | 555 |
| А. І. Хвостіков Формування іміджу підприємства в умовах глобалізації | 558 |
| Г. С. Черноіванова Стратегічне планування розвитку підприємств в умовах глобальних трансформацій | 560 |
| П. О. Черномаз Глобальна криза як наслідок деградації якості еліт | 562 |
| В. О. Шевчук, А. В. Луньов Людський капітал як чинник трансформації соціально-економічних систем в умовах глобалізації | 564 |
| О. Л. Шелест Вплив інноваційних екосистем на соціально-економічний розвиток регіонів у глобальному контексті | 566 |
| С. М. Шепеленко Комплаєнс-менеджмент як інструмент забезпечення економічної безпеки промислових підприємств | 568 |

МАТЕРІАЛИ
ДВАДЦЯТЬ ДРУГОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
МІЖНАРОДНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МІЖНАРОДНА ТРАНСПОРТНА ІНФРАСТРУКТУРА,
ІНДУСТРІАЛЬНІ ЦЕНТРИ ТА КОРПОРАТИВНА ЛОГІСТИКА»
(4 – 5 ЧЕРВНЯ 2026 РОКУ)

Відповідальний за випуск А. В. Толстова

Підписано до друку 12 червня 2026 р.
Формат паперу 60x84 1/16. папір писальний.
Умовн.-друк. арк. **36,2**. Обл.– вид. арк. **36,8**.
Замовлення № Тираж 300. Ціна договірна

Видавництво УкрДУЗТу, свідоцтво ДК № 6100 від 21.03.2018 р.