

The core of any reputation management strategy is identifying your audience – customers, employees, investors, industry experts, etc. – and monitoring and responding to their perception of your business; however, when your business operates in multiple countries, you have to consider a wider range of audiences and best practices. [2]

Effective marketing and advertising campaigns tailored to local markets can help build brand awareness and reputation. Being active on social media can help companies connect with audiences internationally, build trust and loyalty, and gain valuable insights into their needs and expectations. Participation in international exhibitions and conferences can help companies connect with potential customers, partners and investors, and increase their international visibility. Sponsorship of international events, such as sporting competitions or cultural events, can help companies enhance their image and associate themselves with positive values.

[1] How to Build a Strong International Reputation [Electronic resource] / Reputation.com: URL: <https://reputation.com/resources/reports-research/the-complete-guide-to-reputation-score-and-online-reputation-management/>.

[2] International reputation management: Navigating the global light field Status Labs [Electronic resource] URL: <https://statuslabs.com/services/company-reputation-management>

УДК 336.22

### ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ ЛОГІСТИКОЮ В МІЖНАРОДНІЙ ТРАНСПОРТНІЙ ІНФРАСТРУКТУРІ

#### FEATURES OF CORPORATE LOGISTICS MANAGEMENT IN THE INTERNATIONAL TRANSPORT INFRASTRUCTURE

*канд. екон. наук Л.М.Ачкасова, канд. екон. наук Т.О.Водолажська  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

*Ph.D. (economy) L.M. Achkasova, Ph.D. (economy) T.O. Vodolazhska  
Kharkiv National Automobile and Highway University*

Корпоративна логістика в міжнародній транспортній інфраструктурі має ряд особливостей, які відрізняють її від логістики в межах однієї країни. Ці особливості зумовлені складністю та багатогранністю міжнародних транспортних систем, а також низкою факторів.

По-перше, це різноманіття видів транспорту, кожний з має свої особливості, які необхідно враховувати при плануванні та організації

логістичних ланцюгів.

По-друге, це міжнародні правила та норми, які мають бути застосовані при оформленні транспортної документації, страхуванні вантажів та інших аспектах логістики.

По-третє, це митно-податкове регулювання країн відправлення та призначення, яке включає оформлення митних декларацій, сплату митних зборів та податків та дотримання інших митних формальностей.

Різні мови та культури є наступним фактором, який впливає на необхідність адекватного перекладу документів, навчання персоналу та адаптації маркетингових стратегій.

Крім того, міжнародна транспортна інфраструктура є чутливою до геополітичних змін (політичні кризи, війни та санкції). Ці фактори можуть призвести до порушення транспортних ланцюгів, зростання транспортних витрат та інших проблем.

Враховуючи ці особливості, корпоративна логістика в міжнародній транспортній інфраструктурі потребує комплексного підходу, який включає: ретельне планування та організацію логістичних ланцюгів, знання міжнародних правил та норм, розуміння митно-податкового регулювання країн відправлення та призначення, врахування різноманіття мов та культур і моніторинг геополітичної ситуації [1].

Компанії, які успішно справляються з цими викликами, постійно оновлюють свої знання та навички, можуть отримати значні конкурентні переваги на міжнародному ринку.

Менеджмент корпоративної логістики представляє собою комплекс заходів, спрямованих на планування, організацію, координацію та контроль руху матеріальних потоків з метою оптимізації витрат, підвищення ефективності та конкурентоспроможності бізнесу.

Він охоплює всі аспекти логістичної діяльності, включаючи закупівлю, виробництво, складське зберігання, транспортування, розподіл та післяпродажне обслуговування.

Основними цілями менеджменту корпоративної логістики є зниження логістичних витрат, підвищення рівня обслуговування клієнтів, підвищення конкурентоспроможності.

У сучасному світі, де глобалізація стає все більш вираженою, ефективне управління корпоративною логістикою в міжнародній транспортній інфраструктурі є ключовим фактором успіху для будь-якого підприємства.

Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, компаніям необхідно використовувати сучасні методи та інструменти управління логістичними ланцюгами.

Одними з найпоширеніших сучасних методів є системний підхід, логістичне моделювання, управління ланцюгами постачання, управління відносинами з клієнтами, використання інформаційних технологій [2].

Системний підхід розглядає логістику як єдину систему, що складається з різних взаємопов'язаних елементів, таких як закупівлі, виробництво, складське зберігання, транспортування, розподіл та післяпродажне обслуговування. Він дозволяє оптимізувати роботу всієї логістичної системи та досягти максимальної ефективності.

Логістичне моделювання використовує математичні моделі для прогнозування результатів логістичних процесів та прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Воно може допомогти компаніям оптимізувати маршрути постачання, знизити запаси, підвищити рівень обслуговування клієнтів та зменшити логістичні витрати.

Управління ланцюгами постачання (Supply Chain Management, SCM) фокусується на координації роботи всіх учасників логістичного ланцюга, таких як постачальники, виробники, дистриб'ютори та споживачі. SCM дозволяє компаніям створити більш ефективні та гнучкі логістичні ланцюги, які здатні швидко реагувати на зміни ринкового попиту [3, 4].

Управління відносинами з клієнтами (Customer Relationship Management, CRM) фокусується на збудові та підтримці міцних відносин з клієнтами. CRM дозволяє компаніям краще розуміти потреби своїх клієнтів та пропонувати їм індивідуальні логістичні рішення.

Використання інформаційних технологій (Information Technology, IT) дозволяє компаніям автоматизувати логістичні процеси, збирати та аналізувати дані про рух матеріальних потоків та приймати обґрунтовані управлінські рішення [2].

Безумовно, окрім цих методів, існують й інші, які можуть бути використані в залежності від специфіки конкретного бізнесу та його потреб. Важливо зазначити, що ефективне управління корпоративною логістикою вимагає комплексного підходу, який включає в себе використання не лише сучасних методів, але й професійних знань та досвіду.

Компанії, які вміють правильно використовувати сучасні логістичні методи та інструменти, мають значні конкурентні переваги на міжнародному ринку.

[1] Транспорт та логістика: сучасні виклики та перспективи розвитку (Transport & Logistics: Current Challenges and Prospects) : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Одеса, 18 листопада 2021 р. / [під наук ред. Ільченко С. В.] ; НАНУ, МОНУ та ін. – Одеса : ДУ ІРЕЕД НАН України, 2021. – 166 с. URL: [https://impeer.org.ua/wp-content/uploads/2021/12/TLConf\\_2021.pdf](https://impeer.org.ua/wp-content/uploads/2021/12/TLConf_2021.pdf)

[2] Мироненко О. Роль інформаційних технологій в управлінні транспортними потоками: досвід та практика. URL: <https://cargofy.ua/uk/blog/rol-informaciih-tehnologii-v-upravlinni-transportnimi-potokami-dosvid-ta-praktika>

[3] Рада професіоналів з управління ланцюгами поставок (CSCMP): веб-сайт. URL: <https://cscmp.org/>

[4] Головіна О. Роль команди управління кризами в керуванні ланцюгами поставок під час воєнних дій. Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі: тези доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 20 квіт. 2023 р.) / відп. ред. Н. Б. Ільченко. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 239 с. С.28-30. URL: <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/070aaa1a3ddd01c87014c1ec2fb41f7.pdf>