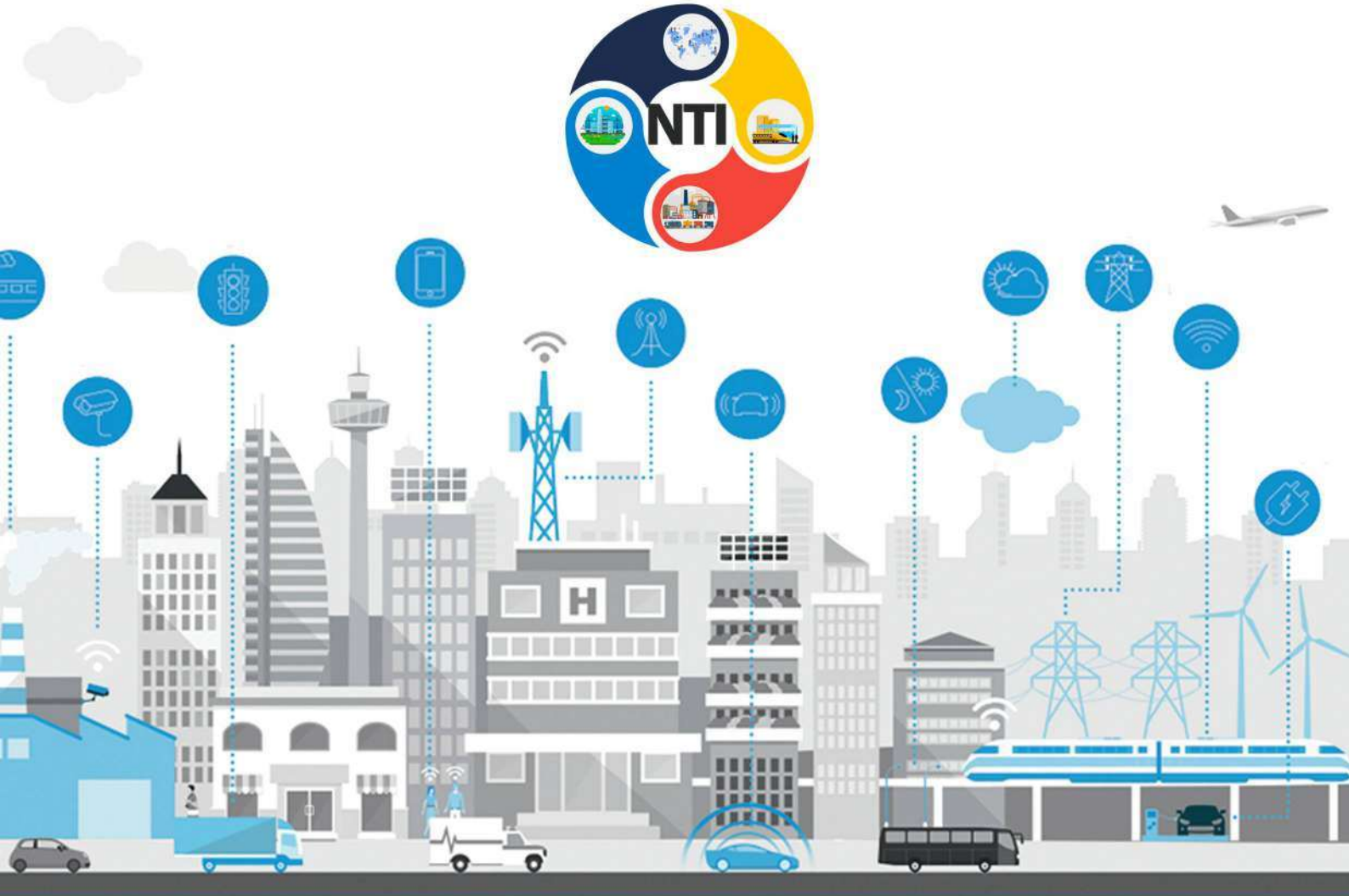
Міністерство освіти і науки України
Український державний університет залізничного транспорту

МАТЕРІАЛИ

двадцять другої науково-практичної міжнародної конференції

«Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна логістика»

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



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).

дані, що сприятиме підвищенню обґрунтованості логістичних управлінських рішень та ефективності логістичних процесів

Отже, статистичне забезпечення є важливою складовою системи логістичного управління транспортними підприємствами та виступає основою формування ефективних управлінських рішень. Використання статистики дозволяє здійснювати комплексний аналіз логістичних процесів, оцінювати ефективність діяльності, прогнозувати розвиток транспортних систем і своєчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища.

[1] Ціщик Р.В., Котис Н.В. Статистичне забезпечення системи менеджменту підприємств та організацій. Інфраструктура ринку. 2023. № 73. С. 112-116 DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct73-20
[2] Ткаченко А.М., Іванова М.І. Використання статистичних методів управління якістю в логістичному процесі. Траєкторія науки. 2016. Т. 2, № 4. С. 2.109-2.126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/trna_2016_2_4_14
[3] Чала Т.Г., Гринчак Н.А. Статистичне вивчення технологічних трендів у логістиці: патентний аналіз. Проблеми економіки. 2019. № 4 (42). С. 231-238
[4] Big data analytics and application for logistics and supply chain management. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation. Vol. 14. 2018. P. 343-349.

УДК (338.5:339.138):656.025.2

ДИНАМІЧНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПОПИТОМ НА ПАСАЖИРСЬКІ ЗАЛІЗНИЧНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ

DYNAMIC PRICING AS A TOOL FOR MARKETING MANAGEMENT OF DEMAND FOR PASSENGER RAIL TRANSPORT

докт. екон. наук О. І. Зоріна
Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)

O. I. Zorina, D. Sc. (Econ.)
Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)

Сучасний ринок пасажирських залізничних перевезень функціонує в умовах високої мінливості попиту, зростання конкуренції з боку автомобільного, авіаційного та автобусного транспорту, а також посилення вимог споживачів до якості, зручності й доступності транспортних послуг. У цих умовах традиційні підходи до формування тарифів, що переважно ґрунтуються на адміністративному регулюванні, фіксованих тарифних сітках і недостатньому врахуванні поведінки споживачів, не завжди забезпечують належну гнучкість управління пасажиропотоками та доходністю перевізника.

Одним із перспективних інструментів маркетингового менеджменту на транспорті є динамічне ціноутворення, яке передбачає адаптацію вартості

проїзду залежно від параметрів попиту, часу придбання квитка, сезонності, завантаженості маршруту, категорії поїзда, рівня сервісу та цінової чутливості пасажирів. На відміну від суто тарифного підходу, динамічне ціноутворення орієнтоване не лише на покриття витрат, а й на активне управління попитом, стимулювання раннього бронювання, вирівнювання завантаженості поїздів і підвищення загальної ефективності використання рухомого складу.

Маркетинговий зміст динамічного ціноутворення полягає у тому, що ціна розглядається як елемент комплексу маркетингу, який впливає на сприйняття цінності транспортної послуги, вибір пасажиром маршруту, часу поїздки та класу обслуговування. За такого підходу тариф стає не лише економічним показником, а й комунікаційним сигналом для споживача: рання купівля квитка може асоціюватися з вигодою, підвищений тариф у пікові періоди - з дефіцитом місць, а спеціальні пропозиції - з персоналізованою турботою про клієнта.

До ключових передумов впровадження динамічного ціноутворення у пасажирських залізничних перевезеннях доцільно віднести: наявність цифрових каналів продажу; накопичення та аналітичну обробку даних про пасажиропотоки; сегментацію споживачів за поведінковими й соціально-економічними ознаками; прогнозування попиту за напрямками та часовими періодами; формування прозорих правил зміни ціни; забезпечення соціальної прийнятності тарифної політики.

З позиції транспортного підприємства динамічне ціноутворення може виконувати декілька управлінських функцій:

- підвищення доходності перевезень за рахунок більш точного врахування готовності пасажирів платити;
- стимулювання попиту в періоди низького завантаження шляхом застосування знижок або спеціальних тарифних пропозицій;
- зменшення пікових навантажень за рахунок перерозподілу пасажиропотоків між рейсами, днями тижня та часовими інтервалами;
- підвищення лояльності клієнтів через персоналізовані пропозиції та гнучкі умови придбання квитків;
- покращення планування ресурсів перевізника завдяки більш точному прогнозуванню обсягів попиту.

Разом із тим впровадження динамічного ціноутворення у сфері пасажирських залізничних перевезень потребує обережності, оскільки транспортна послуга має соціальне значення. Надмірне зростання тарифів у пікові періоди може сприйматися пасажирами як несправедливе, особливо для соціально вразливих груп населення. Тому маркетингова модель ціноутворення має поєднувати комерційну ефективність із принципами доступності, прозорості та довіри.

Для забезпечення збалансованого підходу доцільно використовувати багаторівневу модель динамічного ціноутворення, у якій поєднуються базовий соціально прийнятний тариф, комерційні коефіцієнти залежно від

попиту, знижки за раннє бронювання, спеціальні пропозиції для окремих сегментів пасажирів, а також обмеження максимального рівня підвищення ціни. Такий підхід дозволяє уникнути різких коливань вартості проїзду та зберегти позитивне сприйняття тарифної політики перевізника.

Узагальнено маркетингову логіку динамічного ціноутворення можна подати наступним чином (таблиця 1).

Таблиця 1

Маркетингова логіка динамічного ціноутворення

Маркетинговий чинник	Управлінське рішення	Очікуваний результат
Раннє бронювання	Нижчий тариф на початковому етапі продажу	Стимулювання завчасної купівлі квитків
Піковий попит	Обмежене підвищення тарифу або диференціація за класами місць	Регулювання завантаженості та підвищення доходності
Низьке завантаження рейсу	Знижки, промотарифи, пакетні пропозиції	Залучення додаткових пасажирів
Сегмент пасажира	Персоналізовані умови, програми лояльності	Підвищення повторних поїздок і задоволеності
Сезонність	Попереднє прогнозування та коригування тарифів	Стабілізація попиту протягом року

Важливою умовою результативності такої системи є комунікаційна підтримка. Пасажир має розуміти, чому ціна змінюється, як можна придбати квиток дешевше та які переваги надає раннє планування поїздки. Відсутність пояснення механізму формування тарифу може спричинити недовіру, тоді як прозора комунікація здатна перетворити динамічне ціноутворення на елемент позитивного клієнтського досвіду.

Отже, динамічне ціноутворення у пасажирських залізничних перевезеннях доцільно розглядати як інструмент не лише фінансового, а й маркетингового управління. Його ефективність визначається здатністю перевізника поєднати економічну доцільність, аналітичну обґрунтованість, соціальну відповідальність і клієнтоорієнтованість. У перспективі впровадження таких підходів може сприяти підвищенню конкурентоспроможності залізничного транспорту, раціональному використанню перевізних ресурсів і формуванню більш гнучкої моделі взаємодії з пасажирами.

[1] Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Київ : Хімджест, 2008. 720 с.
[2] Дикань В. Л., Токмакова І. В. Розвиток транспортного комплексу України: стратегічні орієнтири та інноваційні підходи. Харків : УкрДУЗТ, 2021.
[3] Чаркіна Т. Ю. Маркетингове управління пасажирськими перевезеннями на залізничному транспорті. Дніпро : УДУНТ, 2020.
[4] Talluri K., Van Ryzin G. The Theory and Practice of Revenue Management. Boston : Springer, 2004. 712 p.
[5] Phillips R. Pricing and Revenue Optimization. Stanford : Stanford University Press, 2005. 368 p.

Зміст

Секція «Розвиток індустріальних центрів в умовах глобалізації»

С. В. Панченко
Трансформація залізничного транспорту України: логістична стійкість та європейська інтеграція в умовах воєнних викликів 3

В. Л. Дикань
Інституційне забезпечення розвитку індустріальних парків в Україні: виклики та перспективи 7

Yu. Prus
Cluster approach to ensuring the protection of critical infrastructure objects 10

Л. М. Алексеєнко, О. І. Тулай
Вплив управління публічними фінансами на розвиток індустріальних центрів: регіональний та міжнародний виміри 12

Е. Р. Бекіров
Туризм як драйвер економічного зростання Дніпровського регіону: шляхи удосконалення 14

К. В. Гарькавенко
Фінансові механізми повоєнного відновлення індустріальних центрів України в умовах глобалізації 16

Л. Л. Калініченко
Цифрова трансформація промислових екосистем: нові архітектури індустріального розвитку 19

В. В. Коваль, І. М. Гончарова
Новітні стандарти розвитку індустріальних парків України як чинник глобальної конкурентоспроможності 21

М. А. Мироненко, Т. І. Лисенко
Розвиток індустріального центру в умовах глобальних викликів на прикладі міста Дніпра 23

М. Р. Новіцький
Проблематика екологічної безпеки в умовах розвитку індустріальних центрів: системні виклики, технологічні ризики та стратегії модернізації 25

Л. В. Дибчук
Менеджмент і маркетинг транспортно-логістичних систем в умовах цифровізації 301

О. Л. Загорянська, А. О. Гаврилець
Цифрова трансформація як інструмент підвищення конкурентоспроможності логістичного підприємства 303

В. С. Здреник, Р. В. Ціщик
Статистичне забезпечення логістичного управління транспортними підприємствами 305

О. І. Зоріна
Динамічне ціноутворення як інструмент маркетингового управління попитом на пасажирські залізничні перевезення 307

Н. Є. Каличева, О. Чабан
Логістика як конкурентна перевага 310

О. М. Кібік, В. О. Котлубай
Розвиток інструментів прийняття рішень у сфері відновлення елементів інфраструктури морського транспорту 311

О. Г. Кірдіна, О. Д. Стешенко
Вплив створення забезпечень на фінансову стабільність та зниження ризиків на залізничному транспорті 313

В. І. Копитко
Підвищення ефективності інноваційної діяльності процесу організації залізничних вантажних перевезень 317

О. В. Копитко
Напрями забезпечення якості залізничних пасажирських перевезень 320

О. М. Корнєєва
Трансформація бухгалтерського обліку в умовах неоіндустріалізації економіки 322

О. М. Криворучко, Є. К. Токарєв
Гнучкість бізнес-процесів транспортно-логістичних підприємств в умовах сучасних викликів 324

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 60х84 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.