

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)



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).

- [1] Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
- [2] Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
- [3] Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.
- [4] Товажнянський В.Л. Антикризисний механізм сталого розвитку підприємства. Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012. 703 с.
- [5] Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354с.
- [6] Кравчук А. В., Перерва П. Г. Ефективність як економічна категорія // Вісник НТУ "ХПІ". Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 137-143.
- [7] Nagy S., Pererva P.G. Compliance principles // Universum View 9. Economics and management: conference materials. Vinnytsia: NilanLTD, 2018. P. 89-96.
- [8] Перерва П., Кобелева Т. Теоретичні засади комплаєнс-моніторингу в системі економічної безпеки промислового підприємства // *Вісн. Нац. техн. у-ту «ХПІ» Серія: Економічні науки*. 2019. № 1. С. 65–72. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/44001>
- [9] Перерва П.Г., Ткачова Н.П. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. Т. 1, №4. С. 55-66. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/26812>
- [10] Kosenko A.P., Kobieliieva T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
- [11] Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Формування системи моніторингу підприємницької діяльності підприємства [Електронний ресурс] // *Економіка: реалії часу*. 2023. № 1 (65). С. 5-11.

УДК 656.078.1:658.89

УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКИМ ДОСВІДОМ У СФЕРІ ВАНТАЖНИХ ТА ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT IN FREIGHT AND PASSENGER TRANSPORTATION

канд. екон. наук І. В. Соломніков, канд. екон. наук О. В. Семенцова
Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)

I. V. Solomnicov, PhD (Econ.), O. V. Sementsova, PhD (Econ.)
Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)

Сучасна парадигма функціонування транспортного сектору зазнає фундаментальних трансформацій під впливом глобалізації, цифровізації, розвитку платформної економіки та зростаючих очікувань споживачів транспортних послуг. Транспортні підприємства поступово відходять від суто технологічного орієнтування на користь клієнтоцентричних моделей управління. Концепція управління клієнтським досвідом (Customer Experience, CX) стає ключовим диференціатором та стратегічним інструментом забезпечення конкурентоспроможності як у пасажирському, так і у вантажному сегментах. Формування позитивного CX вимагає інтеграції маркетингових, логістичних та інформаційних технологій на всіх етапах взаємодії споживача з транспортною системою. Особливої актуальності це набуває в умовах розвитку цифрової мобільності (Mobility

as a Service, MaaS), автоматизації логістичних процесів та поширення інтелектуальних транспортних систем.

Дослідженнями щодо аспектів управління клієнтським досвідом займаються багато вітчизняних та закордонних вчених [1-9]. Особливе значення це питання набуває у сфері залізничної галузі.

У сфері пасажирських перевезень управління клієнтським досвідом охоплює весь шлях пасажира (Passenger Journey) – від планування поїздки до завершення подорожі та післясервісної взаємодії. Сучасні дослідники виділяють такі критичні чинники впливу на задоволеність клієнтів, як інформаційна прозорість, доступність інфраструктури, безпека, надійність та пунктуальність розкладу руху. У європейських країнах активно впроваджуються цифрові платформи мультимодального планування подорожей, єдині електронні квитки та сервіси персоналізованого інформування у режимі реального часу. Наприклад, транспортні оператори Німеччини, Франції та Нідерландів інтегрують штучний інтелект для прогнозування пасажиропотоків та оптимізації маршрутів, що дозволяє зменшити затримки та підвищити рівень задоволеності пасажирів. Водночас значну роль продовжує відігравати людський фактор, оскільки якість комунікації персоналу безпосередньо формує емоційне сприйняття бренду перевізника та рівень довіри до транспортної компанії.

Для сегмента вантажних перевезень специфіка CX трансформується у площину ефективності B2B-взаємодії. Основними критеріями позитивного досвіду вантажовласників є точність доставки, гнучкість тарифної політики, швидкість документообігу, цифрова інтеграція із системами клієнтів та можливість наскрізного моніторингу місцезнаходження вантажу. У міжнародній практиці дедалі ширше використовуються цифрові логістичні платформи, технології Internet of Things (IoT), blockchain та predictive analytics, що забезпечують прозорість ланцюгів постачання та оперативне реагування на потенційні ризики. Особливого значення набуває впровадження електронного документообігу (e-CMR, e-SIM), який дозволяє скоротити часові витрати, мінімізувати кількість помилок та підвищити швидкість взаємодії між усіма учасниками транспортного процесу.

Суттєвий вплив на розвиток CX у транспортній галузі здійснює концепція «розумної мобільності» (Smart Mobility), що базується на використанні великих масивів даних (Big Data), штучного інтелекту та цифрових двійників транспортної інфраструктури. Використання інструментів Data Analytics дозволяє прогнозувати поведінку клієнтів, персоналізувати транспортні сервіси та підвищувати ефективність управлінських рішень. У провідних транспортних компаніях світу клієнтські метрики (Customer Satisfaction Score, Net Promoter Score, Customer Effort Score) інтегруються до систем стратегічного управління

поряд із фінансовими та операційними показниками. Інтеграція клієнтських метрик у систему стратегічного управління підприємством сприяє зростанню рівня лояльності споживачів та позитивно впливає на фінансові результати діяльності організацій.

Ефективне впровадження стратегії управління клієнтським досвідом потребує побудови надійної системи збору та аналізу зворотного зв'язку. Використання методів інтелектуального аналізу даних, машинного навчання та аналізу тональності відгуків у соціальних мережах і медіапросторі дозволяє транспортним операторам оперативно виявляти «больові точки» у процесі обслуговування та адаптувати сервіси до змін потреб клієнтів. В умовах цифрової трансформації транспортної галузі саме клієнтоцентрична модель управління стає основою формування конкурентних переваг, підвищення лояльності споживачів та забезпечення сталого розвитку транспортних підприємств.

[1] Балай Н. О. Вплив клієнтського досвіду на фінансові показники діяльності підприємств сфери послуг. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 1(99). С. 3–10. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2022-1\(99\)-3-10](https://doi.org/10.26642/ema-2022-1(99)-3-10)

[2] Дикань В. Л., Каличева Н.Є. Роль управління продажами та товарознавства у формуванні конкурентних переваг підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. №75. Харків : УкрДУЗТ, 2021. С. 9 – 19. DOI: <https://doi.org/10.18664/btie.93.356838>

[3] Місюкевич в. І., Трушкіна Н. В., Шкригун Ю. О. Управління клієнтським досвідом як пріоритетний напрям діяльності торговельних підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2023. №1 (44). С. 93-105. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.1\(44\).93-105](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.1(44).93-105)

[4] Обруч Г.В., Бережний І.О., Гавадзюк Є.Б. Особливості управління досвідом клієнтів підприємств в умовах цифровізації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. №75. Харків : УкрДУЗТ, 2021. С. 89 – 100. <https://kart.edu.ua/wp-content/uploads/2021/09/75.pdf>

[5] Олексюк О., Шафалюк О., Ташенко А. Інформаційно-часові чинники ефективності управління клієнтським досвідом у маркетингу та комерції підприємств. *Підприємництво та управління розвитком соціально-економічних систем*. 2023. № 2. URL: <https://purses.zp.edu.ua/article/view/302249/294279>

[6] Савицька Н. Л. Управління клієнтським досвідом в контексті розвитку поведінкового маркетингу. *Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : колективна монографія / за наук. ред. І. В. Перезової*. Львів. 2023. С. 225–245. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/34889/1/KOL_kliyant_s_kym-dosvidom_23.pdf

[7] Ситник Н. І. Управління клієнтським досвідом як стратегія розвитку бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 9. С. 216–224. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-9_0-pages-216_224.pdf

[8] Трайно В. М. Управління клієнтським досвідом: переваги, проблеми та перспективи / В. М. Трайно // *Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі*. – 2025. – № 2(116). – (Серія «Економічні науки»). – С. 198 – 203.

[9] Чміль Г. Л., Джгуташвілі Н. М. Цифровізація управління клієнтським досвідом у готельно-ресторанній індустрії. *Бізнес Інформ*. 2020. № 8. С. 237–245. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/6941/1/business-inform-2020-8_0-pages-237_245.pdf

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

М. А. Пічугіна, М. В. Василенко, І. П. Бумар Менеджмент якості як основа підвищення ефективності підприємства	351
А. В. Романюк Управління ресурсною ефективністю підприємств залізничного транспорту в умовах циркулярної економіки	353
О. В. Салащенко Маркетингово-орієнтований менеджмент транспортних послуг в умовах трансформації попиту	354
М. Г. Скляренко, П. Г. Перерва Економічна безпека транспортних компаній у конкурентному середовищі	357
І. В. Соломніков, О. В. Семенцова Управління клієнтським досвідом у сфері вантажних та пасажирських перевезень	359
Д. О. Старенков Цифровий маркетинг у системі управління логістикою підприємств продовольчого ринку	362
І. В. Токмакова, Є. П. Зуб Конкурентоспроможність підприємств залізничного транспорту України в умовах сучасних викликів	364
М. В. Третяк, І. Г. Бузецький Антикризове управління підприємствами залізничного транспорту в умовах глобальної нестабільності	366
Ю. М. Уткіна Інноваційні драйвери планування та управління прибутковістю промислового підприємства	368
І. В. Федотова, О. О. Пучков Стейкхолдерські відносини та соціальна відповідальність транспортно-логістичних підприємств	370
І. В. Федотова, Є. М. Холодков Корпоративна культура транспортно-логістичних підприємств як чинник сталого розвитку в умовах глобальних трансформацій	372

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.