

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).

[6] What is a Minimum Viable Product (MVP)? [Електронний ресурс] / Atlassian. – Режим доступу: <https://www.atlassian.com/agile/product-management/minimum-viable-product> (дата звернення: 14.05.2026).

[7] Hirt M. Digitalizing the railway: How Deutsche Bahn is transforming its customer experience / M. Hirt, S. Smit // McKinsey Quarterly. – 2022. – № 2. – С. 14–21.

[8] How to Phase Out Products? [Електронний ресурс] / Modular Management. – Режим доступу: <https://www.modularmanagement.com/blog/how-to-phase-out-products> (дата звернення: 14.05.2026).

УДК 005.6:658.8

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ СЕРВІСУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ УСПІШНОГО БРЕНДУ

SERVICE QUALITY MANAGEMENT AS A KEY ELEMENT OF A SUCCESSFUL BRAND

канд. екон. наук О. Л. Шелест

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (м Харків)

O. L. Shelest, PhD (Econ.)

V. N. Karazin Kharkiv National University (Kharkiv)

У сучасних умовах розвитку сервісної економіки якість обслуговування стає одним із ключових чинників формування успішного бренду та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Високий рівень сервісу сприяє підвищенню задоволеності клієнтів, зміцненню їхньої лояльності та створенню позитивної репутації компанії. У зв'язку з цифровізацією бізнес-процесів і зростанням вимог споживачів особливого значення набуває ефективне управління якістю сервісу. Саме тому дослідження сучасних підходів до сервісного менеджменту є актуальним та важливим для розвитку підприємств сфери послуг.

Якість сервісу є одним із ключових факторів, що впливають на формування позитивного іміджу та успішності бренду. У сучасних умовах споживачі звертають увагу не лише на якість товару чи послуги, а й на рівень обслуговування, швидкість реагування та комфорт взаємодії з компанією. Саме позитивний клієнтський досвід сприяє формуванню довіри до бренду та підвищенню його конкурентоспроможності.

Високий рівень сервісу забезпечує зростання лояльності клієнтів і стимулює повторні звернення до компанії. Задоволені споживачі частіше рекомендують бренд іншим, що позитивно впливає на його репутацію та популярність на ринку. Натомість низька якість обслуговування може призвести до втрати клієнтів і погіршення іміджу підприємства [1].

Особливе значення у формуванні успішного бренду має персоналізація сервісу та індивідуальний підхід до клієнта. Використання сучасних цифрових технологій, CRM-систем і онлайн-комунікацій дозволяє

компаніям краще аналізувати потреби споживачів та підвищувати ефективність взаємодії з ними.

У сучасному бізнес-середовищі підприємства сфери послуг активно використовують інноваційні інструменти для підвищення якості сервісу та зміцнення взаємовідносин із клієнтами. Одним із найефективніших рішень є впровадження CRM-систем, які допомагають збирати та аналізувати інформацію про споживачів, контролювати процес комунікації та формувати персоналізовані пропозиції. Завдяки цьому компанії можуть оперативніше реагувати на потреби клієнтів і підвищувати рівень їхньої задоволеності [2].

Важливу роль також відіграє автоматизація сервісних процесів. Використання чат-ботів, онлайн-платформ та електронних систем підтримки дозволяє забезпечити швидке обслуговування та постійний зв'язок зі споживачами. Такі технології не лише скорочують час обробки звернень, а й сприяють підвищенню ефективності роботи персоналу.

Отже, сучасні інструменти управління сервісом дозволяють підприємствам підвищувати конкурентоспроможність, покращувати клієнтський досвід і забезпечувати стабільний розвиток бренду в умовах динамічного ринку.

Ефективне впровадження якісного сервісу потребує комплексного підходу до організації роботи підприємства. Насамперед важливим є розуміння потреб споживачів та постійний аналіз їхніх очікувань. Компанії, які регулярно досліджують рівень задоволеності клієнтів, мають більше можливостей для вдосконалення процесу обслуговування та зміцнення власної репутації.

Практичне впровадження якісного сервісу є важливою умовою успішного розвитку бренду. Поєднання сучасних технологій, професійного персоналу та орієнтації на потреби клієнтів дозволяє підприємствам підвищувати конкурентоспроможність і формувати довгострокову лояльність споживачів.

У сучасних умовах розвитку сервісної економіки управління якістю сервісу набуває важливого значення для формування успішного та конкурентоспроможного бренду. Високий рівень обслуговування сприяє підвищенню задоволеності клієнтів, зміцненню їхньої довіри та формуванню позитивної репутації підприємства. Саме якісний сервіс стає одним із головних чинників довгострокового успіху компанії на ринку.

Таким чином, управління якістю сервісу є не лише складовою ефективною діяльністю підприємства, а й стратегічним інструментом розвитку бренду. Компанії, які приділяють увагу вдосконаленню сервісу та потребам клієнтів, отримують суттєві конкурентні переваги та забезпечують стабільний розвиток у майбутньому.

[1] Коптева Г., Шуміло О., Шелест О. Л. Мережевий ритейл в Україні: тенденції розвитку та структурні трансформації. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*, 5. 2025. С. 56–60. URL: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/347518>. (дата звернення 15.05.2026).

[2] Обиденнова Т. С., Дем'яненко Т. І., Шелест О. Л. Ризик-орієнтоване стратегічне управління релокацією бізнесу. *Actual problems of economics*, # 1 (295), 2026. С. 314-324. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/01/1.26_topic_Tetiana-Demyanenko-Tetiana-Obydiennova-Oleksii-Shelest-314-324.pdf. С. 365-371. (дата звернення 72.05.2026).

УДК 657:338.124.4

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ ДАНИХ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

CRISIS MANAGEMENT OF AN ENTERPRISE BASED ON ACCOUNTING DATA

С. Л. Яковенко

*Лозівська філія Харківського автомобільно-дорожнього
фахового коледжу (м. Лозова)*

S. L. Yakovenko

Lozova branch of Kharkiv automobile and road professional college (Lozova)

Одним із ключових джерел інформації для прийняття антикризових управлінських рішень є бухгалтерський облік. Саме облікова система акумулює, систематизує та узагальнює дані про активи, зобов'язання, власний капітал, доходи, витрати, фінансові результати та рух грошових коштів підприємства.

Бухгалтерський облік у системі антикризового управління виконує не лише реєстраційну функцію, а й інформаційну, контрольну, аналітичну та прогностичну. Завдяки обліковим даним можна своєчасно визначити ознаки фінансової кризи, зокрема зниження ліквідності, зростання кредиторської заборгованості, нестачу оборотних коштів, збільшення витрат, скорочення обсягів реалізації, погіршення фінансових результатів або неефективне використання ресурсів.

Важливим напрямом антикризового управління є аналіз фінансової звітності підприємства. Баланс дає змогу оцінити структуру активів і джерел їх формування, визначити рівень фінансової незалежності та платоспроможності. Звіт про фінансові результати дозволяє проаналізувати доходи, витрати, прибуток або збиток підприємства. Звіт про рух грошових коштів є особливо важливим в умовах кризи, оскільки саме наявність грошових ресурсів визначає здатність підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання.

На основі бухгалтерських даних керівництво підприємства може здійснювати оцінку таких ключових показників: ліквідності,

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

О. П. Чебанова Менеджер продукту як інструмент стратегічного управління транспортними сервісами	374
О. Л. Шелест Управління якістю сервісу як ключовий елемент успішного бренду	376
С. Л. Яковенко Антикризове управління підприємством на основі даних бухгалтерського обліку	378

Секція «Інформаційні технології, штучний інтелект»

V. Kniaz, P. G. Pererva Utilization of blockchain technologies in logistics	380
N. Korolyova, O. Yelizarenko Software system for public transport infrastructure management	382
С. Є. Бантюков AI-агенти в інтелектуальній логістиці	383
С. О. Бантюкова Інтеграція AI-агентів у залізничну інфраструктуру	386
А. В. Батіг Штучний інтелект як інструмент підвищення безпеки та ефективності залізничного транспорту	387
О. В. Березюк, Д. В. Дейбук Програмне забезпечення для управління робочими органами комунальних машин	390
В. А. Будник, А. О. Онищук Трансформація бізнес-моделей під впливом цифрових технологій	392
О. С. Гулай, В. В. Зіньковський Маркетингові цифрові комунікації: як технологічний бренд, аналізуючий поведінкові дані, отримані за допомогою онлайн-панелей, для удосконалення стратегії електронної комерції	394

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.