

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).

- потоків // Вісник машинобудування та транспорту. – 2023. – № 17(1). – С. 87-91.
- [12] Polishchuk L., Khmara O., Piontkevych O. et al. Dynamics of the conveyor speed stabilization system at variable loads // Informatyka, Automatyka, Pomiarы W Gospodarce i Ochronie Środowiska. – 2022. – No. 2(12). – P. 60-63.
- [13] Березюк О. В. Розробка та дослідження нової структури екологічної машини для очистки населених пунктів від твердих відходів // Сучасні технології, матеріали і конструкції у будівництві. – 2008. – № 1. – С. 92-98.
- [14] Піонткевич О. В. Математична модель гідроприводу фронтального навантажувача з гальмівним клапаном // Вісник машинобудування та транспорту. – 2015. – № 2. – С. 83-90.
- [15] Березюк О. В. Дослідження динаміки гідроприводу вивантаження твердих побутових відходів із сміттєвозів // Машинознавство. – 2008. – № 10 (136). – С. 25-28.
- [16] Kozlov L., Burennikov Yu., Piontkevych O., Paslavska O. Optimization of design parameters of the counterbalance valve for the front-end loader hydraulic drive // Proceedings of 22nd International Scientific Conference «MECHANIKA 2017». – Kaunas University of Technology, Lithuania, 19 May 2017. – P. 195-200.

УДК 005.21:004

### ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

#### THE TRANSFORMATION OF BUSINESS MODELS UNDER THE INFLUENCE OF DIGITAL TECHNOLOGIES

*канд. екон. наук В. А. Будник, А. О. Онищук*  
*Національний транспортний університет (м. Київ)*

*V. Budnyk, PhD in Economics, A. Onyshchuk*  
*National Transport University (Kyiv)*

Сучасний етап розвитку глобальної економіки характеризується безпрецедентною швидкістю технологічних змін. Цифровізація, яка ще кілька десятиліть тому сприймалася виключно як інструмент автоматизації рутинних операцій, сьогодні перетворилася на фундаментальний драйвер трансформації бізнесу. Головна зміна полягає в переосмисленні самої суті створення, донесення та монетизації цінності. Компанії, які прагнуть зберегти конкурентоспроможність, змушені переходити від класичних лінійних моделей до гнучких цифрових архітектур.

Традиційний підхід до впровадження технологій базувався на оптимізації наявних бізнес-процесів: зниженні витрат, прискоренні документообігу чи покращенні контролю за персоналом. Натомість глибока цифрова трансформація передбачає реконфігурацію всієї системи. Вона зачіпає організаційну структуру, корпоративну культуру, взаємодію з клієнтами та управління капіталом. Технології більше не обслуговують бізнес – вони і є бізнесом.

Одним із найпомітніших трендів сучасності є платформізація. Перехід від класичних ланцюжків постачання до двосторонніх або багатосторонніх цифрових платформ докорінно змінив баланс сил на ринку. Платформи виступають фасилітаторами, що з'єднують виробників товарів чи послуг із

кінцевими споживачами, мінімізуючи трансакційні витрати. Головною цінністю такої моделі стає не володіння фізичними активами, а керування інформаційними потоками та забезпечення довіри між учасниками екосистеми. [1]

Другим вагомим зрушенням є сервісизація, яка в ІТ-сфері отримала назву моделі XaaS (Everything as a Service – «все як сервіс»). Сучасний споживач все частіше відмовляється від концепції володіння матеріальним об'єктом на користь гарантованого доступу до його функціонала. Це трансформує капітальні витрати клієнта (CAPEX) в операційні (OPEX), а для бізнесу створює джерело прогнозованого рекурентного доходу, що суттєво підвищує фінансову стійкість компанії у довгостроковій перспективі. [2]

Третій архітектурний елемент – це побудова Data-Driven моделей (управління на основі даних). У цифровій економіці дані перетворюються на найцінніший актив. Збирання, структурування та аналіз великих масивів інформації (Big Data) за допомогою алгоритмів штучного інтелекту дозволяє компаніям прогнозувати поведінку споживачів, оптимізувати логістику та впроваджувати динамічне ціноутворення у реальному часі.

Цифровізація висуває нові вимоги до взаємодії зі споживачем. Сучасний клієнт очікує безшовного, персоналізованого досвіду на всіх етапах контакту з брендом – від першої реклами в соціальних мережах до післяпродажного сервісу. Це явище отримало назву омніканальності. Межі між фізичним простором та цифровим (Phygital) поступово стираються. [3]

Завдяки предиктивній аналітиці бізнес отримує можливість здійснювати гіперперсоналізацію – пропонувати конкретний продукт чи послугу саме в той момент, коли клієнт відчуває в них найбільшу потребу. Це кардинально змінює філософію маркетингу: від масового агресивного продажу компанії переходять до вибудовування довготривалих партнерських відносин із користувачем.

Попри очевидні переваги, процес переформатування бізнес-моделей стикається із серйозними перешкодами. Найбільш критичним бар'єром є не брак фінансових ресурсів чи відсутність необхідного програмного забезпечення, а культурний спротив усередині організацій. Трансформація вимагає зміни мислення менеджменту та працівників, готовності до постійних експериментів і сприйняття помилок як частини процесу навчання (культура Agile).

Трансформація бізнес-моделей під впливом цифрових технологій – це не тимчасовий тренд, а довгострокова зміна правил гри в глобальному економічному просторі. Цифровізація руйнує традиційні бар'єри входу на ринки, дозволяючи технологічним стартапам успішно конкурувати з багаторічними лідерами індустрії. У цих умовах стратегічна життєздатність підприємства визначається не його поточним масштабом

чи обсягом матеріальних активів, а швидкістю адаптації, гнучкістю операційної моделі та здатністю інтегрувати цифрові інновації у ДНК свого бізнесу.

[1] Weill P., Woerner S., Sebastian I., Benedict G. (2025): How digital business models are evolving in the age of agentic AI, MIT Sloan Management Review, <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/how-digital-business-models-are-evolving-age-agentic-ai>

[2] McKinsey & Company (2025): AI in the workplace: A report for 2025 — Superagency in the workplace: Empowering people to unlock AI's full potential at work, <https://www.mckinsey.com/capabilities/tech-and-ai/our-insights/superagency-in-the-workplace-empowering-people-to-unlock-ais-full-potential-at-work>

[3] Research and Metric (2025): Digital Transformation Valuation: Proven 67% Higher Returns in 2025, <https://www.researchandmetric.com/research-insights/digital-transformation-valuation/>

УДК 339.138:004

**МАРКЕТИНГОВІ ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ: ЯК  
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ БРЕНД АНАЛІЗУЮЧИЙ ПОВЕДІНКОВІ ДАНІ,  
ОТРИМАНІ ЗА ДОПОМОГОЮ ОНЛАЙН-ПАНЕЛЕЙ, ДЛЯ  
УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ**

**DIGITAL MARKETING COMMUNICATIONS: HOW A  
TECHNOLOGY BRAND ANALYSES BEHAVIORAL DATA  
COLLECTED THROUGH ONLINE PANELS TO IMPROVE ITS E-  
COMMERCE STRATEGY**

*канд. екон. наук О. С. Гулай, В. В. Зінковський  
Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)*

*O. S. Hulai, PhD (Econ.), V. V. Zinkovskiy  
Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)*

У сучасних умовах цифровізації всіх ланок економіки, маркетингові комунікації приймають суттєві трансформації та видозміни. Ключовим інструментом формування конкурентних переваг підприємств, особливо у сфері електронної комерції, стало використання цифрових каналів взаємодії зі споживачами. Трендові бренди активно та технологічно впроваджують інноваційні методи збору, обробки та аналізу поведінкових даних клієнтів, що дозволяє оперативно реагувати на зміни попиту, персоналізувати комунікації та підвищувати ефективність маркетингової діяльності. Одним із найбільш результативних та дієвих інструментів отримання таких даних є різні методи, одним з яких є Інтернет-панелі (ІП) [1].

ІП являють собою спеціалізовані цифрові платформи, які об'єднують респондентів, готових брати участь у маркетингових дослідженнях, тестуваннях продуктів, опитуваннях та оцінюванні рекламних кампаній.

## Зміст

### Секція «Розвиток індустріальних центрів в умовах глобалізації»

---

<b>С. В. Панченко</b> Трансформація залізничного транспорту України: логістична стійкість та європейська інтеграція в умовах воєнних викликів	3
<b>В. Л. Дикань</b> Інституційне забезпечення розвитку індустріальних парків в Україні: виклики та перспективи	7
<b>Yu. Prus</b> Cluster approach to ensuring the protection of critical infrastructure objects	10
<b>Л. М. Алексеєнко, О. І. Тулай</b> Вплив управління публічними фінансами на розвиток індустріальних центрів: регіональний та міжнародний виміри	12
<b>Е. Р. Бекіров</b> Туризм як драйвер економічного зростання Дніпровського регіону: шляхи удосконалення	14
<b>К. В. Гарькавенко</b> Фінансові механізми повоєнного відновлення індустріальних центрів України в умовах глобалізації	16
<b>Л. Л. Калініченко</b> Цифрова трансформація промислових екосистем: нові архітектури індустріального розвитку	19
<b>В. В. Коваль, І. М. Гончарова</b> Новітні стандарти розвитку індустріальних парків України як чинник глобальної конкурентоспроможності	21
<b>М. А. Мироненко, Т. І. Лисенко</b> Розвиток індустріального центру в умовах глобальних викликів на прикладі міста Дніпра	23
<b>М. Р. Новіцький</b> 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.