



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

KYIV NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY
NAMED AFTER VADYM HETMAN



III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

«СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ЛОГІСТИКИ»

III International Scientific-Practical Internet Conference

«MODERN TECHNOLOGIES OF COMMERCE AND LOGISTICS»

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

CONFERENCE'S DIGEST



3 листопада 2023 р.

November 3, 2023

м. Київ, Україна

Kyiv, Ukraine

УДК 658.8:658.7(06)
С 91

Редакційна колегія:

Олексюк О.І., д.е.н., проф. (відп. за випуск); ***Шафалюк О.К.***, д.е.н., проф.;
Федорченко А.В., д.е.н., проф.; ***Ханс-Дитрих Хаазіс***, проф.; ***Довбіщук І.***, д.е.н.;
Дима О.О., д.е.н., доц.; ***Галиця І.О.***, д.е.н., проф.; ***Кривещенко В.В.***, к.е.н., доц.;
Литюга Ю.В., к.е.н., доц.; ***Висоцька О.М.***, к.е.н., доц.

Рекомендовано до друку

Науково-експертною радою

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
Протокол № 10 від 24.11.2023

С 91 Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: Зб. матеріалів III
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Електронний
ресурс]. — Київ : КНЕУ, 2023. 183 с.
ISBN 978-966-926-459-6

Викладено результати новітніх вітчизняних і закордонних досліджень в яких висвітлені питання теорії комерційної діяльності і логістики, практичного і міжнародного досвіду інтеграції комерційної діяльності і логістики, визначені перспективні напрями розвитку логістичної науки на концептуальному рівні та шляхи розв'язання актуальних проблем управління комерційною діяльністю сучасних підприємств.

УДК 658.8:658.7(06)

Адреса редакційної колегії:

03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1, кімн. 357

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено*

ISBN 978-966-926-459-6

© КНЕУ, 2023

Організаційний комітет конференції

Голова:

Антонюк Л.Л. – проректор з наукової роботи КНЕУ імені Вадима Гетьмана, д.е.н., професор

Співголови

Шафалюк О.К. – декан факультету маркетингу КНЕУ імені Вадима Гетьмана, д.е.н., професор

Федорченко А.В. – завідувач кафедри маркетингу КНЕУ імені Вадима Гетьмана, д.е.н., професор

Олексюк О.І. – завідувач кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, д.е.н., доцент

Члени організаційного комітету:

Хаазіс Ханс-Дитрих - почесний доктор ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», професор кафедри загального управління бізнесом, морського бізнесу та логістики Університету м. Бремен, голова Бременської азіатсько-німецької мережі знань з транспорту та логістики, д.е.н., професор

Олександр Дима – заступник декана факультету маркетингу КНЕУ імені Вадима Гетьмана, професор кафедри комерційної діяльності і логістики, д.е.н., доцент

Ірина Довбішук - запрошений професор кафедри комерційної діяльності і логістики Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, associate professorship in International Business and Supply Chain Management at the Bissett School of Business of Mount Royal University (Canada), Canada Research Chair Tier II nominee, учасниця Спільного німецько-українського проекту розвитку логістики «GUMLog», д.е.н., професор

Гергіна Штефан Крістіан – Ph.D., професор кафедри фінансів Бухарестського університету економічних досліджень, професор

Ігор Галиця – професор кафедри економіки праці і менеджменту Національного університету харчових технологій, д.е.н., професор

Віталій Чабан - професор кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., професор

Вікторія Кривещенко – заступник завідувача кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, доцент кафедри комерційної діяльності і логістики, к.е.н., доцент

Андрій Закревський – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н.

Ольга Кудирко – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н.

Вячеслав Кужель – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Юлія Литюга – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Тетяна Ляденко – старший викладач кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана

Сергій Позняк – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Едуард Савицький – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Анастасія Сержук – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н.

Геннадій Хмурковський – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н.

Відповідальний секретар організаційного комітету

Висоцька О.М. – доцент кафедри комерційної діяльності і логістики КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент

Розміщені у збірнику тези є науковим твором, підготовленим за результатами авторських досліджень. Організаційний комітет конференції забезпечив технічну обробку авторських текстів і підготовку до друку. **Матеріали друкують у авторській редакції.**

Відповідальність за отримані наукові результати та дотримання принципів академічно доброчесності покладаються на авторів, згідно Закону України «Про авторське право і суміжні права».

Автори творів, включених до збірника тез, зберігають виключні права і обов'язки на використання своїх наукових творів незалежно від видання в цілому, якщо інше не передбачено авторським договором (ЗУ Про авторське право і суміжні права» Ст. 19).

Олексій Кохан	
ВПЛИВ КОНКУРЕНЦІЇ НА КОМЕРЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	53
Дмитро Шкарбутко	
МОДЕЛІ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТІВ: ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ.....	56

СЕКЦІЯ 2. ЛОГІСТИКА

Ольга Юдічева, Оксана Бондар-Підгурська	
МЕНЕДЖМЕНТ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА ЗАСАДАХ ВРАХУВАННЯ ПСИХОЛОГІЇ СПОЖИВАЧІВ.....	59
Анастасія Личак	
ДІЯЛЬНІСТЬ ЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ.....	62
Едуард Лаврушко	
ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАНЬ.....	64
Олександр Груша	
«ЗЕРНОВИЙ КОРИДОР» – КРОК ДО СВІТОВОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ.....	67
Yelyaveta Shevchenko, Lydia Savchenko	
THE ROLE OF LOGISTICS HUBS IN THE DEVELOPMENT OF LOGISTICS	70
Людмила Харсун, Валерія Ковалевська	
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ.....	73
Тетяна Ляденко, Максим Нікішаєв	
ІНТЕГРОВАНІ ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАННЯ ЯК СКЛАДОВА БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНІВ.....	75
Ірина Поповиченко, Андрій Андрійчук, Ксенія Костюкова	
СУЧАСНІ ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАНЬ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ БІЗНЕС-СТРУКТУР.....	77
Тетяна Ляденко, Олександр Герасимчук	
РОЛЬ ІНТЕГРОВАНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНІВ.....	79
Владислава Лифар	
ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	82
Євген Утенін	
ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В СУЧАСНІЙ КОНЦЕПЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ КООРДИНАЦІЇ.....	84
Данило Дейнека	
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	86
Ольга Богданович, Олександр Косточка	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ.....	89
Світлана Марченко, Анатолій Саприкін	
ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У КОНТЕКСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	91
Людмила Демидчук, Дмитро Сапожник	
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВИДІВ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	94

СЕКЦІЯ 2. ЛОГІСТИКА

УДК 658+366:159.9

Ольга Юдічева

*к.т.н., доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві,
Київський національний університет будівництва і архітектури, Україна*

yudicheva.op@knuba.edu.ua

Оксана Бондар-Підгурська

*д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,
Полтавський університет економіки та торгівлі, Україна,*

bondarpodgurskaa@gmail.com

МЕНЕДЖМЕНТ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА ЗАСАДАХ ВРАХУВАННЯ ПСИХОЛОГІЇ СПОЖИВАЧІВ

MANAGEMENT OF LOGISTICS COMPANIES ON THE BASIS OF ACCOUNTING CONSUMER PSYCHOLOGY

Анотація. Обґрунтовано важливість використання психологічних аспектів поведінки споживачів у менеджменті логістичних компаній. Рекомендовано застосування ситуаційного підходу та принципів врахування психології споживачів у цьому процесі – чіткого розуміння очікувань клієнтів, особливостей сприйняття подій і рушійних сил щодо прийняття ними рішень. Вищезазначене сприятиме підвищенню рівня ефективності менеджменту логістики у частині формування процесів, орієнтованих на клієнта, що позитивно вплине на загальну результативність діяльності компаній та якість обслуговування клієнтів.

Ключові слова: логістика, споживач, психологія, емоції, довіра, менеджмент.

Abstract. The importance of using psychological aspects of consumer behavior in the management of logistics companies is substantiated. It is recommended to use a situational approach and the principles of taking into account the psychology of consumers in this process, namely: a clear understanding of customer expectations, peculiarities of the perception of events and driving forces for their decision-making. The above will contribute to increasing the level of efficiency of logistics management in terms of the formation of customer-oriented processes, which will positively affect the overall effectiveness of the companies' activities and the quality of customer service.

Key words: logistics, consumer, psychology, emotions, trust, management.

Одне із визначень поняття «логістика» – це процес, під час якого планується, виконується та контролюється ефективний зворотний і прямий потік товарів та послуг для задоволення потреб споживачів [5, с. 17].

Логістика сегментована на дві частини: вихідну та вхідну. Вихідна логістика пов'язана зі своєчасною доставкою товарів і послуг споживачу. Вхідна логістика зосереджена, в першу чергу, на закупівлі товарів, а потім на управлінні ними та транспортуванні.

Структура логістичних операцій у ланцюзі поставок за Rushton A., Croucher P. і Baker P. [4; 6, с. 36] представлена на рис.1.

Результати аналізу рис. 1 свідчать про те, що першочерговою метою логістичних операцій є, все-таки, доставка необхідних товарів конкретним споживачам у потрібне місце та час, а також надання їм повного спектру послуг. Споживач чекає від логістики якісного обслуговування (своєчасності, безпечності, надійності), котре стає підґрунтям для максимально повного рівня задоволення його потреб.

Застосування принципів психології споживачів, зокрема чіткого розуміння їх очікувань, особливостей їх сприйняття та технології прийняття рішення, може допомогти менеджерам із логістики розробляти процеси, орієнтовані на конкретного споживача, а також оптимізувати якість обслуговування. На рис 2. наведено важливі чинники, які варто враховувати логістичним компаніям під час залучення споживачів [7].

Емоції відіграють значну роль у тому, як споживачі приймають рішення щодо одержання послуг логістичних компаній. Існує твердження, що до 90 % рішень споживача залежать від емоцій. Якщо у нього є негативний досвід роботи з компанією, то він не буде прихильним до її послуг у майбутньому. У такому випадку споживач підсвідомо асоціює компанію з пережитими негативними емоціями – зневірою, гнівом, смутком, занепокоєнням тощо.

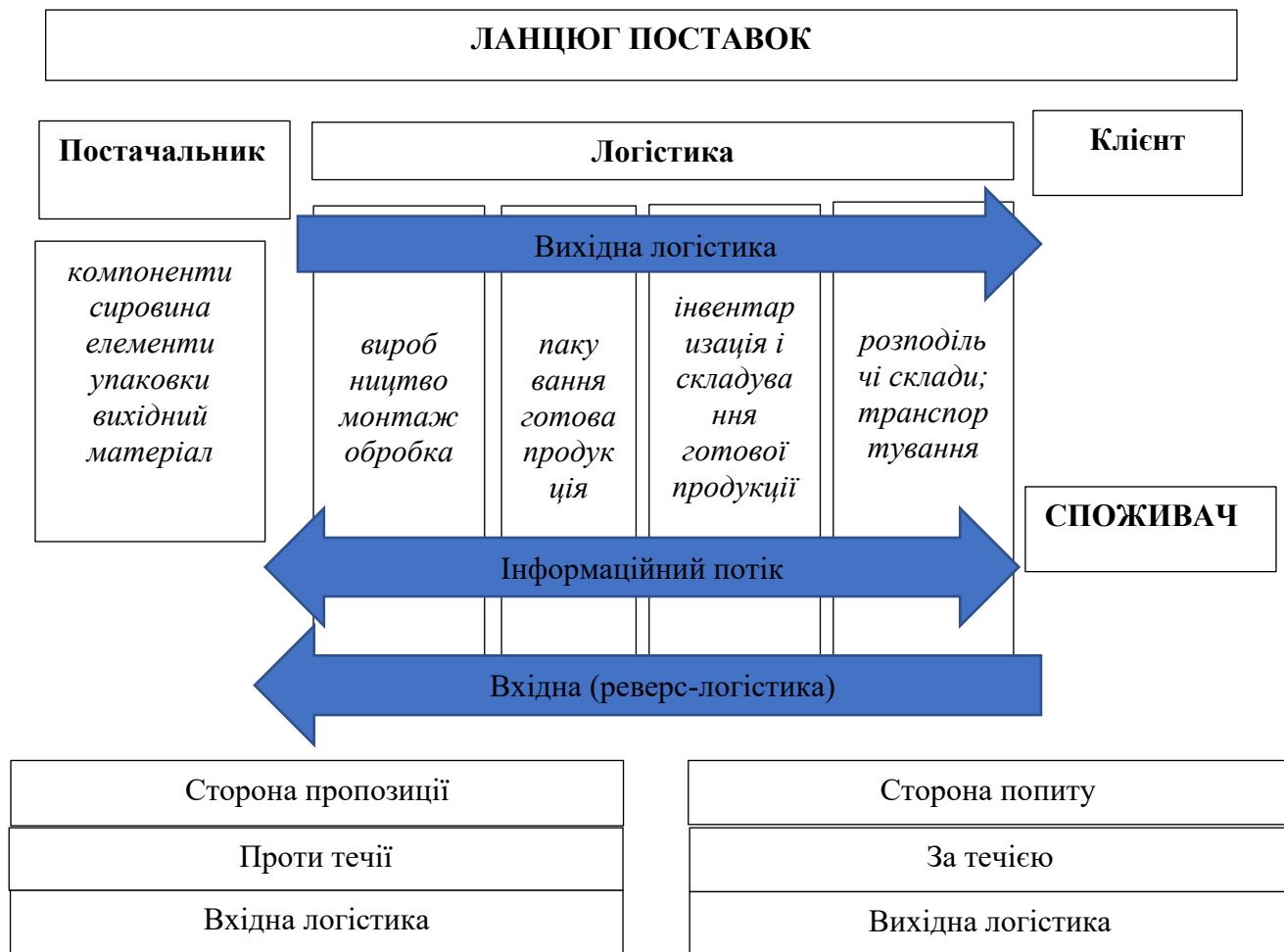


Рисунок 1. Структура логістичних операцій у ланцюзі поставок

Джерело: адаптовано авторами під час опрацювання інформаційних ресурсів [4; 6, с. 36].

Довіра – це той чинник, до котрого увага логістичних компаній має бути прикута постійно. Якщо споживач довіряє, то він стає впевненим у тому, що з ним будуть поводитись чесно і з повагою (рис. 2).

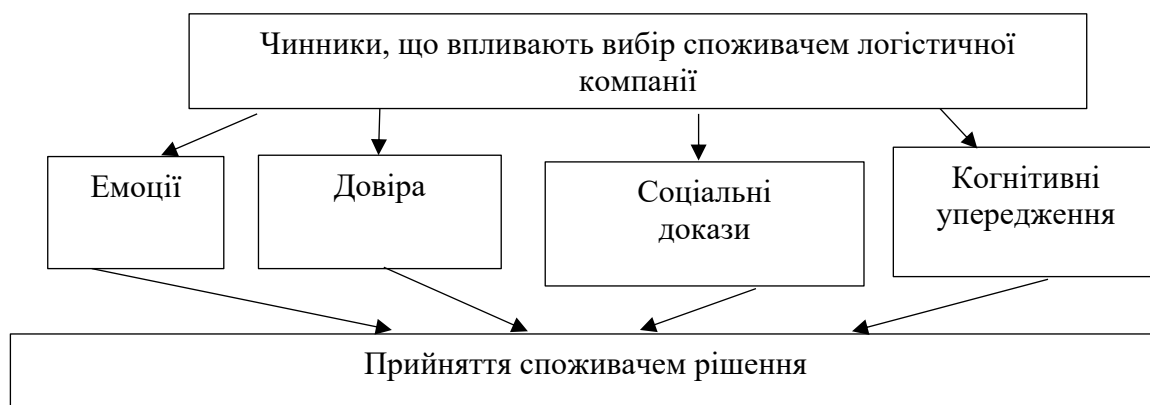


Рисунок 2. Чинники, що впливають на вибір споживачем логістичної компанії: психологічний аспект

Джерело: узагальнено та побудовано авторами даного дослідження.

Споживач підсвідомо відчуває дбайливе ставлення до своїх потреб і навіть не припускає думки про те, що отримає неякісну, несвоєчасну чи неповну послугу.

Способи, якими логістичні компанії можуть створити довіру потенційних споживачів:

- бути прозорими щодо своїх послуг і політики співпраці зі споживачами;
- надавати чітку та точну інформацію про те, на що можуть розраховувати споживачі, замовляючи у них послугу чи товар;
- демонструвати свій досвід і надійність, представляючи корисну інформацію, вчасно відповідаючи на запити споживачів, надаючи високоякісні послуги на постійній основі;
- не приховувати відгуки про свою діяльність.

Соціальний доказ – це наявність надзвичайно сильного впливу дій і думок інших людей на певну категорію споживачів (рис. 2). Цей чинник помітно впливає на поведінку споживачів – якщо ми знаємо про приємний досвід співпраці наших добрих знайомих із певною логістичною компанією, існує висока вірогідність того, що ми виявимо бажання скористатися її послугами. Компанія може впливати на споживачів шляхом відображення відгуків і рейтингів на їх веб-сайті або в маркетингових матеріалах. Крім того, є сенс надати інформацію щодо кількості людей, які підписалися на облікові записи логістичної компанії в соціальних мережах [7].

Когнітивними упередженнями називають систематичні помилки в мисленні, що можуть впливати на процес прийняття рішень споживачами (рис. 2). Ці упередження мають певний вплив на прийняття рішень споживачами, оскільки можуть спонукати їх робити вибір, який не відповідає їхнім інтересам (приклади: споживачі ігнорують негативні відгуки чи попередження про товар, послугу чи якусь компанію, тому що вони вже впевнені, що зробили правильний вибір; споживач обирає товар на основі одного надзвичайно талановито написаного відгуку, ігноруючи велику кількість критичних реплік).

Логістичним компаніям потрібно надавати збалансовану інформацію, як про переваги, так і про недоліки послуг компаній, діяти на основі ситуаційного підходу та враховувати принципи психології споживача, а також рівень використання наявних інноваційних технологій у компанії [1; 2; 3].

Отже, впровадження психологічних принципів споживачів та ідей у логістичні стратегії на засадах ситуаційного підходу допоможе компаніям розблокувати новий рівень ефективності, змінити динаміку власної команди, поліпшити взаємодію зі споживачами, тобто гармонізувати логістичні операції з психологічними потребами споживачів, що дозволить підвищити рівень результативності їх діяльності.

Література

1. Бондар О. В. Становлення та еволюція концепцій ситуаційного менеджменту в період опанування інноваційної моделі розвитку економіки України та євро інтеграції. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Серія: Економічні науки*. 2008. № 4 (31). С. 114–119.
2. Бондар О. В. Ситуаційний менеджмент. навч. посіб.. 2-ге вид., перероб. та доп.. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
3. Bondar-Pidhurska Oksana, Husak **Yurii**, **Baklanov Stanislav**, **Dmytro Kurzantsev**. Innovative technologies in industry logistics as the basis of achieving the goals of sustainable development in the war and post-war period of Ukraine's economy development „Sustainable Transport System and Maritime Logistics ISTSML “(ISTSML 2023): Seafarer VI International Scientific Conference (June 14-16, 2023, Batumi, Georgia). Batumi: Batumi Navigation Teaching University, 2023. С. 45-49.
4. Bhattacharjee J., Majumder A. Logistic operations of supply chain management. URL : <https://www.projectguru.in/logistic-operations-of-supply-chain-management/> (Дата звернення: 26.10.2023)
5. Farahani, R., Rezapour, S. & Kardar, L. *Logistics operations and management: concepts and models*. 1st ed. London: Elsevier, 2011. URL: <https://industri.fatek.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/150-Logistics-Operations-and-Management-Concepts-and-Models-Reza-Zanjirani-Farahani-Shabnam-Rezapour-Laleh-Kardar-Edisi-1-2011.pdf> (Дата звернення: 26.10.2023)
6. Rushton, A., Croucher, P. & Baker, P. *The handbook of logistics and distribution management: Understanding the supply chain*. 1st ed. London: Kogan Page Publishers, Wolf, C. & Seuring, S., 2010. URL : <https://industri.fatek.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/149-The-Handbook-of-Logistics-and-Distribution-Management-Understanding-the-Supply-Chain-Alan-Rushton-Phil-Croucher-Peter-Baker-Edisi-1-2014.pdf>. (Дата звернення: 26.10.2023)
7. Understanding the psychology of customer decision making in acquisition. URL : <https://aicontentfy.com/en/blog/understanding-psychology-of-customer-decision-making-in-acquisition> (Дата звернення: 26.10.2023).