

ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ACADEMY OF ECONOMIC STUDIES OF MOLDOVA
MOLDOVA STATE UNIVERSITY

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**ПРІОРИТЕТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ
В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ**

22-23 листопада 2024 р.



Львів-Горунь
Liha-Pres
2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

ГОЛОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

Бортняк Валерій Анатолійович – ректор Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, доктор юридичних наук, професор.

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ:

Горник Володимир Гнатович – директор Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, доктор наук з державного управління, професор.

Stratan Alexandr – Habilitated Doctor, University Professor, Rector, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Дульський Іон Філіпович – доцент Державного університету Молдови.

Євмешкіна Олена Леонідівна – професор кафедри публічного управління, туризму та готельно-ресторанної справи Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, доктор наук з державного управління, професор.

Безус Павло Іванович – завідувач кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, доцент.

Путінцев Анатолій Васильович – завідувач кафедри фінансів та обліку Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, доцент.

Петровська Ірина Олегівна – завідувач кафедри публічного управління, туризму та готельно-ресторанної справи Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник.

Cociug Victoria – PhD, Associate Professor, Vice-rector, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Staver Liliana – Scientific Researcher, Head of Scientific Department, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova.

Пріоритети соціально-економічного розвитку регіонів в умовах

П 76 **сьогодення** : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 22-23 листопада 2024 р.). – Львів-Торунь : Liha-Pres, 2024. – 272 с.

ISBN 978-966-397-439-2

У збірнику представлено стислий виклад доповідей і повідомлень, поданих на Міжнародну науково-практичну конференцію «Пріоритети соціально-економічного розвитку регіонів в умовах сьогодення», яка відбулася на базі Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського 22-23 листопада 2024 р.

УДК 332.146.2"313"(062.552)

ISBN 978-966-397-439-2

© Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, 2024

© Академія економічних досліджень Молдови, 2024

© Державний університет Молдови, 2024

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. ЕКОНОМІКА

Андрєєв А. О., Мякота М. Р.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ
ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ
ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ..... 9

Берідзе Т. М., Бугра А. В., Веселовська О. Є.

СКЛАДОВІ АРХІТЕКТОНІКИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ
ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ..... 13

Бондар О. І., Веклич О. О., Маслюківська О. П.

СИТУАТИВНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСУВАННЯ
ЗБЕРЕЖЕННЯ БІОРІЗНОМАНІТТЯ
ТА ОХОРОНИ ПРИРОДНИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ
УПРОДОВЖ 2018–2023 РР..... 19

Буханова Д. О., Сіножинська К. К.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ
СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН..... 25

Ватченко Б. С.

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ
ПОНЯТТЯ «ПІДПРИЄМНИЦТВО»..... 29

Галушкіна Т. П., Тафтай В. В., Березовська-Давій Ю. В.

НАЦІОНАЛЬНА ТА РЕГІОНАЛЬНА
ЕКОЛОГІЧНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ:
ВОЄННІ ВИКЛИКИ ТА ПОВОЄННІ ЗАГРОЗИ 34

Гамзіна О. М.

ЕКОСИСТЕМНІ ПЛАТЕЖІ
ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ У ПРИРОДОКОРИСТУВАННІ 40

Дідух С. М., Волотко О. В.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА
ЯК КЛЮЧОВИЙ НАПРЯМ ЗБЕРЕЖЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ..... 44

Жиляков С. В.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРИБУТОК
В ЯКОСТІ ІНСТРУМЕНТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ..... 49

Загородний В. М.

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ
ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД..... 52

Іванцов В. О.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ
ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НА ПРИКЛАДІ СУДНОПЛАВНИХ КОМПАНІЙ..... 55

Кобзар О. М. ДОСВІД АВСТРАЛІЇ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРИРОДООХОРОННОЇ ЦІННОСТІ БІОРИЗНОМАНІТТЯ.....	60
Коряка В. А., Статівка Н. В. ВИРІШЕННЯ ЖИТЛОВОГО ПИТАННЯ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ: ФАКТОР СТАБІЛІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ МІГРАЦІЇ.....	63
Narmina Guliyeva Allakhverdi DEVELOPMENT STRATEGIES OF INDUSTRIAL CLUSTERS.....	68
Олексієвцев Т. І., Матвійв І. Р. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА МОНЕТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗВИТКУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ.....	72
Передерій Т. С. ОЦІНКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ.....	76
Petrukha Nina, Petrukha Sergii RURAL ECONOMY WITHIN CONTOURS OF BIOECONOMY AND AGRO-COSTRUCTION CLUSTERS.....	80
Соловійова А. С. РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ МІГРАЦІЇ НА РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ.....	84
Сорочан В. І. РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ СУДНОПЛАВНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ КАПІТАЛУ.....	88
Шилепницький П. І., Петрова І. П. ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ.....	91
Shpatakova Oksana, Podopryhora Vita THE ESSENCE OF THE «HUMAN RESOURCE POTENTIAL» CONCEPT AND ITS IMPORTANCE FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT.....	96
НАПРЯМ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ	
Біткова Т. В., Чжен Цяньхао ПРОЕКТ ПЕРЕХОДУ МІСТА ЦЯНЬЦЗЯН ВІД ТРАДИЦІЙНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА НА МОДЕЛЬ СІЛЬСЬКОГО ТА ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ: PRO ET CONTRA.....	101
Омельчак Г. В. АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ УДОСКОНАЛЕННЯ БЕЗБАР'ЄРНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ.....	106

Рогова Н. В., Оніщенко О. Д. УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЮ ІНДУСТРІЄЮ В ПОСТВІЙСЬКОВИЙ ЧАС	109
---	-----

НАПРЯМ 3. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Денисенко О. Л. ПРОЦЕДУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ Е-АУДИТУ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКУ	112
---	-----

Река В. І. ВИМОГИ ДО УПРАВЛІНСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ: СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА.....	118
---	-----

Рибіцький О. Л. ОБЛІК ТА ЗВІТНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	122
---	-----

НАПРЯМ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Бровко С. В. МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	126
--	-----

Калінкін А. О. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	132
--	-----

Коноваленко Д. В., Гуденко Б. О. ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ВЕТЕРАНСЬКОГО БІЗНЕСУ	137
--	-----

Кушнір С. О., Яреміна М. О. ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС ВІЙНИ ...	142
---	-----

Miakota Roman, Kutsovskiy Oleksandr FISCAL RISKS AND STRATEGIC APPROACHES TO PUBLIC DEBT MANAGEMENT	148
--	-----

Шуман В. Ю., Каращенко В. С. МОДЕЛЬНІ ЗАСАДИ ФІНАНСУВАННЯ НАУКИ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ	152
--	-----

НАПРЯМ 5. МЕНЕДЖМЕНТ

Вітка Н. Є., Приходько О. О. ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ.....	158
--	-----

Вовчук Д. М., Ткач М. Є., Фреїшин М. В. ОСОБЛИВОСТІ НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОГО РОЗВИТКУ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	162
--	-----

Другова О. С. КОНТРОЛІНГ У РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРІОРИТЕТІВ РЕГІОНІВ	167
---	-----

Пироженко А. А. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ	172
Харун О. А., Грицина Л. А. УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	175
Хеміч М. В. УПРАВЛІННЯ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ПРОЕКТІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	180
Чернявський І. Ю. ФУНКЦІЇ, РОЛЬ ТА ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	183
Шубан М. В. ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНИМИ РЕСУРСАМИ	188
НАПРЯМ 6. МАРКЕТИНГ	
Вальковець А. С., Коханевич Т. П., Марценюк В. В. ВПЛИВ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ НА МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	193
Жук О. І. ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИЙОМИ ВПЛИВУ НА СПОЖИВЧУ ПОВЕДІНКУ ПОКУПЦЯ У МАРКЕТИНГУ	196
Майер А. А. ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОСАЛОНУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	200
Мешков С. О. ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОЇ РЕКЛАМИ В ДІДЖІТАЛ МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ GOOGLE ADS	204
Чуприна Н. М., Журавель В. В., Доценко Г. Є. МАРКЕТИНГ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ В ПЕРІОД ВІЙНИ	208
НАПРЯМ 7. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ	
Андрухович Д. Р. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ВІТЕРАНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	211
Кобеля-Звір М. Я., Звір Ю. В. ГРАНТОВІ МОЖЛИВОСТІ, ЦІЛІ, ПРІОРИТЕТИ ПРОГРАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ РАДИ «EIC TRANSITION»	215

Скоробагатий А. І. МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ	220
--	-----

НАПРЯМ 8. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Білик О. І., Каплун О. О. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	223
---	-----

Гбур З. В. РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ СЬОГОДЕННЯ.....	227
---	-----

Дугін О. В. ПАРАДОКСАЛЬНА ПРИРОДА ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ПРАКТИЧНІ НАСЛІДКИ	232
---	-----

Кудрявський І. В. АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ СОЦІАЛЬНОГО І ПСИХОЛОГІЧНОГО ХАРАКТЕРУ У СФЕРІ ЗАХИСТУ БЕЗПЕКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ	235
--	-----

Матвійчук Н. М. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКИХ КОМПЕТЕНЦІЙ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	239
--	-----

Петрів І. М. ДЕРЖАВНА ТА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ВІВЧАРСТВА І КОЗІВНИЦТВА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	242
--	-----

Frosineac Viorel Dumitru THE CONTRIBUTION OF CIVIL SERVANTS IN GUARANTEEING THE FUNDAMENTAL RIGHTS OF MIGRANTS THROUGH THE EFFICIENT APPLICATION OF INTERNATIONAL SOCIAL SECURITY AGREEMENTS	247
---	-----

Ясінський В. Б. ДОСВІД ТА РОЗВИТОК ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В КАНАДІ	252
--	-----

НАПРЯМ 9. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Anvar Ismayilli THE ROLE OF AZERBAIJAN IN DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TRANSPORT CORRIDORS: IN THE CONTEXT OF REHABILITATION OF POST-CONFLICT TERRITORIES	255
--	-----

Краснопьоров П. В. ЕКСПОРТ-ОРІЄНТОВАНЕ ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ У БАНГЛАДЕШ: УСПІХИ ТА ДОСЯГНЕННЯ.....	259
Okhrimenko Oksana GLOBALIZATION DYNAMICS AND GLOBALIZATION SHIFTS – THE PATH TO PROGRESS	264
Semenenko Tetiana THE MAIN CONCEPT OF INTEGRATED REPORING	269

НАПРЯМ 6. МАРКЕТИНГ

Вальковець Алла Степанівна

викладач кафедри економіки та управління бізнесом;

Коханевич Тетяна Петрівна

викладач кафедри економіки та управління бізнесом;

Марценюк Віктор Васильович

викладач кафедри менеджменту,

Рівненський державний гуманітарний університет

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-439-2-42>

ВПЛИВ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ НА МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Логістичні ланцюги можуть значно впливати на маркетингове ціноутворення підприємства. Зокрема, оптимальна організація логістики дозволяє знизити витрати на транспортування, зберігання товарів та інші операції, що може призвести до зниження загальних виробничих витрат компанії. Це в свою чергу може дозволити підприємству знизити ціну продукції для кінцевого споживача або збільшити маржинальність.

Крім того, ефективна логістика може сприяти підвищенню якості обслуговування і швидкості доставки товарів, що може бути одним з конкурентних переваг підприємства на ринку. Таким чином, логістичні ланцюги можуть бути важливим елементом стратегії ціноутворення компанії.

Вчені, що приділяли увагу питанням взаємозв'язку маркетинговому ціноутворенню та логістики, Крикавський Є.В. [1], Окландер М.А., Хромов О.П. [2], Холодний Г.О. [3]

Транспортні витрати, зберігання, обробка товарів та управління запасами формують значну частину собівартості продукції. Підвищення або зниження цих витрат безпосередньо позначається на кінцевій ціні для споживача. Чим складніший або довший

логістичний ланцюг, тим більшими будуть витрати, а отже, і ціна товару. Ефективна логістика (оптимізація маршрутів, використання сучасних технологій) дозволяє зменшити ці витрати, що сприяє конкурентному ціноутворенню.

Час, витрачений на переміщення товарів через ланцюги постачання, також впливає на ціноутворення. Швидка доставка (наприклад, авіаперевезення) часто коштує дорожче, ніж традиційні способи транспортування (наприклад, морські перевезення). Відповідно, маркетингова стратегія може враховувати преміальні ціни для швидкої доставки. Споживачі готові платити більше за швидшу доставку. Наприклад, послуги експрес-доставки збільшують вартість логістики, але водночас створюють можливість позиціонувати продукт у преміальному сегменті.

Ефективне управління запасами дозволяє уникнути затримок у постачанні, що мінімізує витрати, пов'язані з надлишковими запасами або їх нестачею. Погана організація логістики може призвести до недоступності товарів, що впливає на попит і може вимагати корекції цін для стимулювання продажів.

Якщо виробництво чи основні постачальники розташовані далеко від споживача, це може збільшити витрати на транспортування, митні платежі та ризики в ланцюзі постачання. Локалізація виробництва ближче до кінцевого ринку знижує ці витрати, дозволяючи пропонувати продукцію за нижчою ціною.

Ефективно організовані логістичні процеси можуть зменшити витрати та дозволити компаніям пропонувати конкурентоспроможні ціни.

Наприклад:

Впровадження складських технологій для автоматизації - сучасний підхід до управління складськими процесами, що є важливим кроком до підвищення ефективності управління складом, зменшення витрат та покращення обслуговування клієнтів. Автоматизація включає використання апаратного та програмного забезпечення для оптимізації таких процесів, як зберігання, сортування, комплектування та відвантаження товарів.

Використання оптимальних маршрутів транспортування є ключовим фактором у підвищенні ефективності логістичних

процесів. Це дозволяє зменшити витрати, покращити якість доставки та підвищити задоволеність клієнтів.

Зростання цін на паливе чи нестабільність у логістичних ланцюгах (наприклад, через політичні або економічні кризи) можуть підвищувати витрати на транспортування. Це може вимагати перегляду цінової політики. Логістичні збої (наприклад, під час пандемій чи військових дій) можуть спричинити дефіцит товарів, що вплине на збільшення ціни. Високі витрати на логістику під час таких періодів також підвищують вартість товару для кінцевого споживача.

Компанії, які можуть оптимізувати свої логістичні ланцюги, отримують можливість встановлювати нижчі ціни або інвестувати в маркетинг для збільшення ринкової частки.

Цифрові інструменти, як-от системи управління ланцюгами постачання (SCM), можуть допомогти прогнозувати попит і оптимізувати запаси. Це зменшує ризик надлишкових витрат, що також відображається в кінцевій ціні. Завданнями систем SCM є зменшення витрат на постачання, логістику та зберігання товарів, забезпечення видимості на кожному етапі ланцюга постачання, забезпечення вчасного задоволення замовлень клієнтів, можливість швидкого реагування на зміни у попиті чи пропозиції, визначення вузьких місць у процесі та їх усунення.

Таким чином, управління логістичними ланцюгами є стратегічним елементом, що безпосередньо впливає на ціноутворення і конкурентоспроможність на ринку. Оптимізація логістики не тільки знижує витрати, а й допомагає сформувати позитивний імідж бренду, що також може підвищити цінність продукту в очах споживача.

Список використаної літератури:

1. Крикавський Є.В. Логістичне управління: підручник. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2005. 684 с.
2. Окландер М.А., Хромов О.П. Промислова логістика: навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 222 с.
3. Холодний Г.О. Маркетингова логістика як основа концепції ефективного підприємництва. *Вісник ХНТУ*. 2019. № 4 (71).