

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 8.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.8.28>

УДК 658.86:656.07:339.137.2

О. В. Попко,

д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу,

Національний університет водного господарства та природокористування

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3356-6070>

Ю. В. Твардовський,

аспірант,

Національний університет водного господарства та природокористування

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-2963-8918>

ЦІНОВА ПОЛІТИКА ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

O. Popko,

*Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of
Marketing, National University of Water and Environmental Engineering*

Yu. Tvardovskii

Postgraduate student,

National University of Water and Environmental Engineering

PRICING POLICY OF LOGISTICS TRANSPORTATION OPERATORS IN THE SYSTEM OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF LOGISTICS SERVICES

У статті розглянуто проблематику формування, реалізування цінової політики логістичних операторів перевезень у системі забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг. Проведено огляд літературних джерел за проблематикою формування цінової політики логістичних операторів перевезень у системі забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг. Цінова політика є невід'ємною складовою забезпечення конкурентоспроможності логістичних операторів перевезень. Процеси успішного ціноутворення дозволяють оптимізувати комерційні результати, забезпечувати стійкий попит, підвищувати рівень клієнтської лояльності, зміцнювати ринкові позиції тощо. Проведено дослідження формування та реалізування цінової політики логістичних операторів перевезень як ключового чинника із забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг. Проаналізовано функції ринкової ціни. Систематизовано та деталізовано ключові чинники, що впливають на цінову політику логістичних операторів перевезень у системі забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг. В статті авторами виокремлено ключові перспективи щодо подальшого удосконалення цінової політики вітчизняних логістичних операторів.

The article deals with the issues of formation and implementation of the pricing policy of logistics transportation operators in the system of ensuring the competitiveness of logistics services. The relevance of this issue is stipulated by the need to develop adaptive, flexible, efficient pricing models that will be able to respond to the dynamics of demand, market conditions, and individual customer needs, ensuring a stable level of profitability and harmonious development of the logistics business. This is especially important in the context of Ukraine's integration into the European logistics space (where the level of competition and requirements for the quality of logistics services are much higher than in the domestic context).

A review of literature sources on the issues of formation of pricing policy of logistics transportation operators in the system of ensuring the competitiveness of logistics services is carried out. The article uses the morphological method and the method of synthesis to identify the key factors that influence the pricing processes of logistics transportation operators. Pricing policy is an integral part of ensuring the competitiveness of logistics transportation operators. Successful pricing processes allow optimizing commercial results, ensuring sustainable demand, increasing the level of customer loyalty, strengthening market positions, etc. A study of the formation and implementation of the pricing policy of logistics transportation operators as a key factor in ensuring the competitiveness of logistics services is carried out. The functions of the market price are analyzed. The key factors influencing the pricing policy of logistics transportation operators in the system of ensuring the competitiveness of logistics services are systematized and detailed. In the article, the authors identify key prospects for further improvement of the pricing policy of domestic logistics operators. The results of the scientific study show that in the context of digitalization and global competition, logistics companies should reorient from traditional pricing models to flexible, dynamic, personalized approaches in order to increase their own level of competitiveness.

Ключові слова: *маркетинг, політика, цінова політика, логістика, послуга, конкуренція, конкурентні переваги.*

Keywords: *marketing, policy, pricing, logistics, service, competition, competitive advantages.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.

За умов сучасності, при глобалізуванні, динамічному розвиванні ринку транспортно-логістичних послуг, підсилення конкуренції на національних, міжнародних рівнях, достатньо важливим чинником для ефективного

функціонування логістичних операторів виступає чітко та грамотно сформована цінова політика. Саме ціна виступає одним із ключових критеріїв для обрання логістичного партнера споживачами. І особливо актуальне це за умов нестабільного (деколи турбулентного) економічного середовища, зростання витрат на ресурси, динамічності ланцюгів постачання.

Ринок логістики в Україні, в світі вцілому сьогодні стикається із низкою викликів, а саме: зростанням цін на паливно-мастильні матеріали, на пальне, наявністю перебоїв у міжнародній торгівлі, потребою адаптування до цифрових платформ, вимог щодо швидкості доставляння. За таких обставин, власне, цінова політика перетворюватиметься не лишень на інструмент встановлення вартості послуг, але і на стратегічний, ефективний важіль управління конкурентоспроможністю підприємства.

Актуальність зумовлена необхідністю розроблення адаптивних, гнучких, ефективних моделей ціноутворення, які будуть здатними реагувати на динамічність попиту, ринкових умов, індивідуальних потреб клієнтів, забезпечуючи стабільний рівень рентабельності, гармонійне розвивання логістичного бізнесу. Особливої ж ваги це набуває саме у контексті інтегрування України до європейського логістичного простору (де рівень конкуренції, вимоги до якості надання логістичних послуг є значно вищими від вітчизняних аналогів).

Дослідження формування та реалізування цінової політики логістичних операторів перевезень як ключового чинника із забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг виступає надзвичайно важливим як із теоретичної, так і практичної/прикладної точок зору.

Це дозволить краще розуміти механізми ринкової взаємодії, формувати ефективні управлінські рішення задля підвищення позицій логістичних компаній на внутрішньому та міжнародному ринках тощо.

Аналіз досліджень і публікацій. Проведений огляд літературних джерел за аналізованою тематикою показав, що науковій статті Безсмертної О.В. та її співавторів [1, с. 351-358] досліджуються логістичні складники процесів забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Виклики логістики в умовах війни в Україні розглядаються в сучасних працях, зокрема особливу увагу приділено проблемам перевізників та адаптаційним заходам для подолання кризових ситуацій та застосування успішних європейських практик у роботах таких вчених як Блинов В. [2, с. 204-209], Боняр С.М. [3], Харчук О.Г. [3], Череп О. [2, с. 204-209],

Волкова І.А. у своєму дослідженні висвітлює сучасні тенденції розвивання міжнародних логістичних стратегій, підкреслюючи роль глобалізування, цифровізування [4, с. 45-60]. Даний напрямок також висвітлений у роботі Завербного А.С., Залізної Л.В., та Трача М.Я., де розкривається сутність діджиталізування як вагомого чинника конкурентоспроможності для експортно-орієнтованих підприємств [8], а також у роботі Коваленко С.В. [10]. Продовження дослідження цієї тематики знаходить відображення у праці Завербного А.С. [7] і Шаровського Я.О. [7], яке стосується системи управління організаційною поведінкою дистрибуційних компаній задля оптимізування бізнес-процесів [7]. Дана проблематика також висвітлена такими фахівцями як Клименко В.В. [9], Новальська Н.І. [9], Лозова Г.М. [9], які зацентовують увагу на методах просування транспортно-логістичних послуг, розглядаючи сучасні канали комунікування із цільовими ринками [9].

Григорак М.Ю. акцентує увагу на стратегічному підході до макросегментування вітчизняного ринку логістичних послуг [5, с. 83-89].

Завербний А.С., Макарова Ю.С. розглядають інноваційні стратегії як інструмент підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств, визначаючи основні бар'єри їх реалізування [6].

Криворучко О.М. у своїй монографії систематизує теоретичні підходи до логістичного менеджменту, їхнє прикладне застосування [11].

Лозова Г.М. [13, с. 142-155], Клименко В.В. [13, с. 142-155] пропонують методику оцінювання рівня ефективності логістичних підприємств, включаючи критерії їх конкурентоспроможності [13, с. 142-155]. Подібна тематика відображена й у праці таких фахівців як Олійник Н. [15, с. 3-12], Бурик Ю. [15, с. 3-12], які дослідили конкурентоспроможність підприємства як ключовий критерій його ефективного функціонування [15, с. 3-12].

Пронько Л.М. [17, с. 44-51], Райко Д.В. [19], Токар К.С. [17, с. 44-51] аналізують маркетинг відносин як ефективний інструмент конкурентної маркетингової стратегії [17, с. 44-51].

Шкорина І. проаналізувала маркетинг логістичних послуг у контексті глобальних економічних трендів, акцентуючи на процесах цифрового трансформування [20].

Що ж стосується процесів безпосереднього ціноутворення, формування цінової політики логістичних операторів перевезень, то вказані проблеми висвітлені у роботах таких науковців як Липинська О.А. [12] (механізми ціноутворення в морському портовому логістичному секторі) [12], Мельник І.О. [14], Власенко О.М. [14], Черевчук Е.В. (особливості ціноутворення в логістичних системах) [14], Панасенко Т. 16, с. 224-235] (термінологічне ідентифікування сутності понять «цінова стратегія», «стратегія ціноутворення») [16, с. 224-235], Пчелянська Г. [18, с. 197-200], Стефаненко К. [18, с. 197-200] (підходи до формування цін на логістичні послуги) [18, с. 197-200] тощо.

Проте, не дивлячись на значні (вагомі) досягнення в наукових дослідженнях вказаної тематики, дещо поза увагою залишаються проблеми динамічності формування, розвивання, реалізування цінової політики логістичних операторів перевезень у системі забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг.

Формулювання цілей статті. Основними цілями статті виступає аналізування процесів формування, реалізування цінових політик логістичних операторів перевезень як елемент системи забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг та самих логістичних операторів.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

За динамічних умов глобалізування у поєднанні зі стрімким розвиванням цифрових технологій, нарощування конкуренції на ринку логістичних послуг, їх диверсифікування та постійного удосконалення саме ціна є і залишатиметься одним із головних чинників, що впливають на

обрання логістичного оператора споживачами. Цінова політика виконує вже не лишень комерційну, але й стратегічну функцію. Адже ціна формує вартісну пропозицію для клієнтів, позиціонує логістичну компанію на ринку, забезпечує стабільний рівень прибутковості.

Особливої ж актуальності питання цінової політики набуває в логістиці перевезень. Адже частка витрат саме на транспорт є визначальною. Одночасно даний ринок характеризується високим рівнем еластичності попиту до динамічності тарифів (цін).

Економічна природа (сутність) ціни виконує дуальну функцію, яку вона відіграє на ринку.

Ціна є індикатором, що відображає політику, кон'юнктуру ринку (співвідношення «попит-пропозиція», торгівельний, економічний ризики, кредитно-фінансову ситуацію, рівень конкурентоспроможності на ринку).

Також ціна виступає регулятором ринку. За його допомогою здійснюється вплив на попит, пропозицію, структуру, місткість ринку, купівельну спроможність, оборотність товарних запасів тощо. Як регулятор ціни дозволяють обмежувати споживання ресурсів, вони також є мотиваторами виробництва.

Ринкова ціна виконує різноманітні функції [14]. Передусім це функція посередництва та вимірювання під час обмінювання товарів (послуг) на гроші. Також ціна виступає важливим індикатором кон'юнктури ринку, чинник рівня, структури, співвідношення «попит-пропозиція», територіального розміщення виробництва тощо.

Іншою функцією ціни є формування інструментаріїв прибутковості, управління ефективністю, оподаткуванням тощо.

Ціна також є відображенням інфляційних процесів, засобом впливу на інвестиційну політику (підвищення рівня цін часто веде до зростання привабливості для інвестування).

Ціна також виконує функцію чинника рівня життя населення, що впливає на ринок праці, обсяг, структуру споживання, рівень реальних доходів різних соціальних груп тощо.

Завершальною, але однією із найважливіших функцій цін виступає її застосування в якості ефективного знаряддя у конкурентній боротьбі підприємств [14].

Аналізуючи теоретико-прикладні засади формування цінової політики в логістиці перевезень потрібно констатувати, що цінова політика логістичного оператора є «сукупністю принципів, підходів і методів формування цін на логістичні послуги із урахуванням витрат, попиту, конкурентного середовища, стратегічних цілей підприємства» [9; 11; 12; 14; 16].

Комплексна цінова стратегія має забезпечувати прибутковість операцій, бути конкурентоспроможною на ринку, враховувати диференціювання клієнтських сегментів, забезпечувати гнучкість при реагуванні на динамічність ринку.

Ціноутворення на логістичні послуги, як правило, базується на 3-х ключових принципах [12; 14; 16; 18; 20]:

- 1) встановлення тарифу на основі собівартості перевезення вантажів, норми прибутковості;
- 2) встановлення тарифу виходячи із вартості вантажів (товарів), що перевозяться;
- 3) встановлення тарифу шляхом комбінованого використання перших 2-ох принципів.

«Позатранспортний ефект» виникає завдяки синхронізуванню робіт транспорту, підприємств, рівномірного завантаження виробничих потужностей, прискорення оборотності капіталу [14].

Як правило виділяють наступні основні типи цінових стратегій у логістиці [9; 11; 12; 14; 16; 18; 20]: стратегія низьких цін (цінова конкуренція); преміальне ціноутворення (додавання за інноваційність, швидкість, сервіс); гнучке, сезонне ціноутворення; індивідуальне ціноутворення (на основі історії замовлень, значних обсягів тощо); пакетна цінова політика (надання знижок за умови інтегрованих послугах (перевезення, страхування, складування).

У процесах ціноутворення доцільним є врахування дії різних чинників/факторів. Передусім мова йтиме про поточний попит (цінова

еластичність попиту, психологічне сприйняття цін), повні та граничні витрати виробництва, ціни товарів-замінників, можливості конкурентів, склад, кількість учасників каналу руху товару (послуги), що впливають на кінцеві ціни споживання, законодавчі обмеження цін, характеристики товару (послуги) тощо [9; 11; 12; 14; 16].

Основними факторами/чинниками, що впливають на ціноутворення логістичних операторів є наступні (рис. 1).

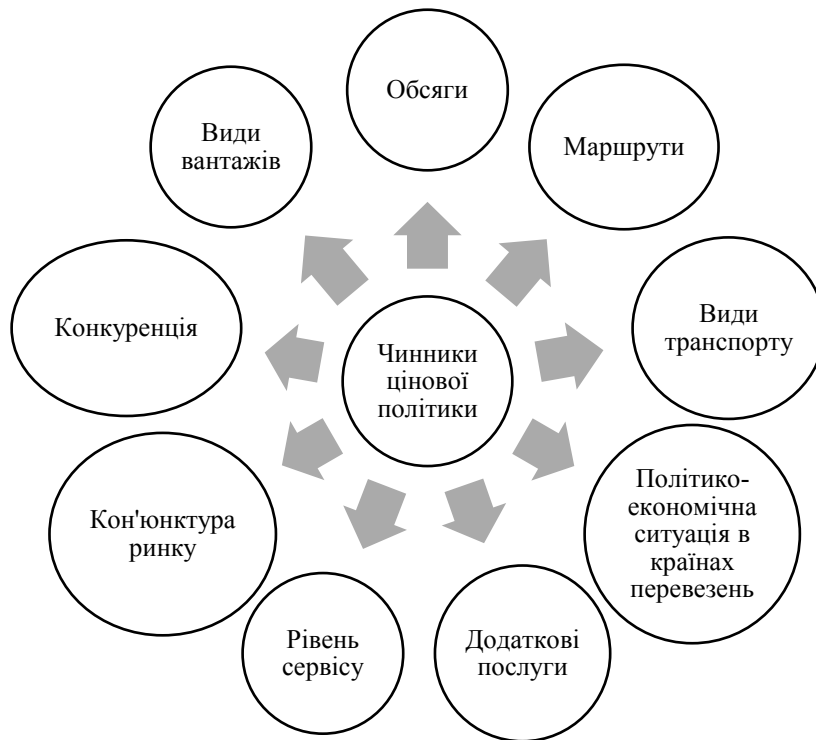


Рис. 1. Основні чинники, що впливають на цінову політику логістичних операторів перевезень у системі забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг

Джерело: побудовано авторами на основі [7; 9; 11; 12; 14; 16; 18; 20].

Охарактеризуємо детальніше виокремлені чинники, що впливають на цінову політику логістичних операторів перевезень у системі забезпечення конкурентоспроможності логістичних послуг (див. рис. 1).

Види (типи) вантажів, сюди також слід додати ще й обсяги вантажів. Серед різноманіття видів вантажу передусім слід відзначити наступні: крихкі, небезпечні, великогабаритні, швидкопсувні вантажі. Саме вони,

зазвичай, вимагають особливих умов транспортування, що впливає на вартість (підвищує ціну перевезення). У той же час чим більшими є обсяги перевезення вантажів, тим нижчою буде ціна за одиницю перевезення, часто застосовуються знижки для гуртових клієнтів.

Маршрути перевезення. Відстань, складність маршруту (приміром, перетин кордонів, гірські перевали) та інфраструктура на шляху впливають на вартість.

Вид транспорту (трубопровідний, залізничний, автомобільний, водний (морський, річковий), повітряний) мають цілком різну вартість перевезень, що впливатиме на ціну перевезень.

Політична та економічна ситуація в країні та регіоні, де здійснюється перевезення, є критично важливим макрочинником, що суттєво впливає на формування цін на логістичні послуги. Саме він визначає рівень ризиків, стабільність інфраструктури, регуляторне середовище, вартість ресурсів і загальні умови ведення бізнесу. Його характеристику подаємо за такими аспектами: політична стабільність (у країнах з високим рівнем політичної стабільності ризики зриву перевезень, націоналізації, блокування кордонів або втручання у логістичні процеси мінімальні; у зонах воєнного конфлікту (Україна під час війни), політична ситуація зумовлює підвищення страхових внесків, ризик затримок, необхідність зміни маршрутів, що призводить до зростання вартості логістичних послуг; економічна ситуація (високий рівень інфляції, нестабільність валютного курсу, дефіцит пального або транспортних засобів у регіоні спричиняє підвищення операційних витрат логістичних компаній; економічний спад знижує купівельну спроможність та попит на перевезення, змушуючи компанії адаптувати ціни для збереження конкурентоспроможності). Політична, економічна ситуації є інтегральним чинником. Він впливає на витрати, ризики, логістичну стратегічну поведінку операторів. У нестабільних регіонах вона здебільшого сприяє підвищенню рівня цін через збільшення витрат на забезпечення безпеки, страхування,

зміну маршрутів, затримання тощо. За стабільних же умов досягається оптимізування тарифів, підвищення рівня доступності послуг.

Чинник додаткових послуг сприятиме збільшенню вартості перевезення. Маркування, пакування, комплектування, зберігання, крос-докінг, інформування в реальному часі, GPS-трекінг термінова доставка, цілодобове спостереження, оброблення замовлень, митне оформлення – усі вказані та інші можливі додаткові функції підвищуватимуть функціональність послуги, формуючи преміальний рівень обслуговування. Відповідно, чим більше таких послуг включено, тим вищою буде й кінцева ціна.

Основними аспектами впливу рівня сервісу на ціну є наступними:

1) швидкість, точність доставляння (послуги із експрес-доставки або доставки "just-in-time" коштують дорожче, оскільки потребують оптимізованих маршрутів, наявності резервного транспорту та оперативного реагування). Висока пунктуальність, низький відсоток затримок та відхилень від графіка підвищують надійність перевізника, що також враховується у ціні;

2) гарантування, страхування (наявність гарантування збереження вантажу, компенсації у разі пошкодження або втрати, повного страхування — збільшує вартість логістичних послуг, оскільки компанія бере на себе додаткові ризики);

3) якість комунікування, клієнтської підтримки (постійна доступність операторів, швидкість реагування на запити, персональний підхід до клієнта також підвищують споживчу цінність сервісу та обґрунтовують більш високу ціну);

4) гнучкість, індивідуалізація (здатність адаптувати логістичну послугу до специфічних потреб клієнта (нестандартні маршрути, температурний режим, перевезення небезпечних вантажів тощо) формує індивідуальні тарифні пакети, часто вищої вартості).

Наступним чинником виступає «кон'юнктура ринку». Отже, сезонні коливання попиту, зміни цін на паливо, мастила, інші фактори можуть впливати на ціни, особливо на ринках з високою конкуренцією.

Що стосується чиннику «конкуренція», то чим більше логістичних операторів у певному сегменті ринку, тим вища ймовірність зниження цін та боротьби за клієнта. Деякі компанії пропонують акційні пропозиції та знижки.

Весь комплекс вказаних (рис. 1) та охарактеризованих чинників змушує логістичних операторів систематично моніторити, переглядати, адаптувати власну цінову політику у відповідності до ринкових реалій.

Завершуючи дослідження потрібно констатувати, що деякі логістичні оператори пропонують фіксовані тарифи, інші застосовують гнучкі ціни, що залежать від кон'юнктури ринку та індивідуальних умов замовлення.

Аналізуючи роль і значення формування цінової політики у забезпеченні конкурентоспроможності логістичних операторів доцільно зазначити, що ціна є не лишень «елементом комерційної пропозиції», але й «інструментом конкурентної боротьби» [9; 11; 12; 14; 16].

Адже ціна виконує наступні важливі функції, як інструментарій конкурентної боротьби логістичних операторів:

- визначення позиціонування логістичного оператора в цінових сегментах («економ», «стандарт», «преміум»);
- формування «сприйняття» клієнтами вартості послуги, співвідношення «ціна/якість»;
- впливання на довгострокову клієнтську лояльність до логістичного оператора;
- створення важеля задля формування конкурентної переваги конкретного логістичного оператора на насиченому ринку.

Перспективами із удосконалення цінової політики логістичних операторів є наступними: запровадження алгоритмічного (AI-based) ціноутворення; інтегрування аналітики big data у розрахунки тарифів;

використання динамічних цін, залежно від завантаження маршрутів та сезонності; створення мобільних додатків для прозорого розрахунку вартості послуг у режимі реального часу; використання платформ відкритих логістичних бірж, що дозволяють коригувати ціни відповідно до ринкового попиту тощо.

Відповідно, логістичні оператори, які ефективно використовують цінову політику, є здатними залучати нових клієнтів через гнучкі пропозиції; утримувати постійних (завдяки персоналізованих тарифів; оптимізовувати прибуток без втрати частки ринку тощо).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Цінова політика сьогодні стала невід'ємною складовою забезпечення конкурентоспроможності логістичних операторів перевезень. Успішне ціноутворення дозволяє оптимізовувати комерційні результати, забезпечувати стійкий попит, підвищувати рівень клієнтської лояльності, зміцнювати ринкові позиції тощо. За умов цифровізування, глобальної конкуренції логістичні компанії мають переорієнтовуватися зі традиційних моделей ціноутворення на гнучкі, динамічні, персоналізовані підходи задля підвищення власного рівня конкурентоспроможності.

Перспективними напрямками для подальших досліджень аналізованої проблематики є наступні: диференціювання цінових стратегій залежно від видів логістичних послуг; аналізування особливостей формування цін на мультимодальні, автомобільні, залізничні, морські та авіаперевезення; дослідження взаємозв'язку між ціною, швидкістю доставки та якістю послуг; аналізування впливу цифровізування, автоматизування на вартість логістичних послуг; дослідження поведінки споживачів і сприйняття цінової цінності (оцінювання еластичності попиту на логістичні послуги відносно зміни ціни; вивчення факторів, які впливають на вибір логістичного партнера клієнтами); дослідження ролі державно-нормативного регулювання тарифів у галузі тощо.

Література

1. Безсмертна О.В., Адлер О.О., Білоконь Т.М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: логістичні складники. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск 13. С. 351-358. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/57.pdf (дата звернення: 6.07.2025).
2. Блинов В., Череп О. Логістика під час війни та проблеми з якими стикаються перевізники. *Сталий розвиток економіки*. 2025. 1 (52). С. 204-209.
3. Боняр С.М., Харчук О.Г. Досвід підвищення конкурентоспроможності транспортно-логістичних підприємств країн ЄС для адаптації в Україні. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. 5. URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/104> (дата звернення: 30.06.2025).
4. Волкова І.А. Міжнародні логістичні стратегії: сучасний стан та тенденції розвитку. *Вісник економічних наук*. 2022. № 11(2). С. 45-60.
5. Григорак М.Ю. Стратегія макросегментування ринку логістичних послуг в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 18. 2017. С. 83-89. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/18-2017/18.pdf> (дата звернення 29.06.2025).
6. Завербний А.С., Макарова Ю.С. Проблеми і потенційні можливості реалізування інноваційних стратегій для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 34. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/984> (дата звернення: 30.06.2025).
7. Завербний А. С., Шаровський Я. О. Особливості систем управління організаційною поведінкою дистрибуційних компаній як ключовий елемент формування їх оптимальних бізнес-процесів та підвищення рівня конкурентоспроможності. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5546> (дата звернення: 30.06.2025).

8. Завербний А.С., Залізна Л.В., Трач М.Я. Діджиталізація як важливий фактор формування конкурентоспроможності експортно-орієнтованого підприємства: інформаційний аспект. *Економіка та суспільство*. 60. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3560> (дата звернення: 4.07.2025).

9. Клименко В.В., Новальська Н.І., Лозова Г.М. Організація просування транспортно-логістичних послуг на цільові ринки. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий журнал*. 2022. Вип. 18. Т.1. С. 16-32.

10. Коваленко С.В. Цифровізація логістичних процесів: переваги та виклики. *Економічні дослідження*. 2022. 8(2). С. 56-72.

11. Криворучко О.М. Логістичний менеджмент: теоретичні та прикладні проблеми: монографія. Харків: ХНАДУ, 2019. 143 с.

12. Липинська О.А. Теоретичні основи ціноутворення на логістичні послуги морського порту. *Економіка: реалії часу*. 2014. №6(16). С. 41-49.

13. Лозова Г.М., Клименко В.В. Оцінювання ефективності та конкурентоспроможності транспортно-логістичних підприємств. *Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць*. 2021. Випуск 1 (42). С. 142-155.

14. Мельник І.О., Власенко О.М., Черевчук Е.В. Ціноутворення в логістичній системі. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6690> (дата звернення: 5.07.2025).

15. Олійник Н., Бурик Ю. Конкурентоспроможність підприємства як визначальна характеристика ефективності його функціонування. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2018. Вип. 2 (19). С. 3-12.

16. Панасенко Т. Цінова стратегія і стратегія ціноутворення організації: термінологічна та змістовна ідентифікація. *Траєкторія науки*. 2015. Т. 1. № 4. С. 224-235.

17. Пронько Л.М., Токар К.С. Маркетинг відносин як інструмент конкурентоспроможної маркетингової стратегії. *Агросвіт*. 2023. № 11. С. 44-51.
18. Пчелянська Г., Стефаненко К. Ціноутворення логістичних послуг. *Молодий вчений*. 2020. 11 (87). С. 197-200.
19. Райко Д.В. CRM-системи у формуванні стратегій маркетингу відносин: ефективність впровадження в малому та середньому бізнесі України. *Ефективна економіка*. 2025. № 5. URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/6461> (дата звернення: 27.06.2025).
20. Шкорина І. Маркетинг логістичних послуг у контексті світових економічних тенденцій. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. № 6 (276). С. 228-239.

References

1. Bezsmertna, O.V., Adler, O.O. and Bilokon, T.M. (2017), “Ensuring the competitiveness of the enterprise: logistics components”, *Economy and society*, vol. 13, pp. 351-358. available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/57.pdf (Accessed 6 July 2025)
2. Blinov, V. and Cherep, O. (2025), “Logistics in time of war and the problems faced by carriers”, *Sustainable development of the economy*, vol. 1(52), pp. 204-209.
3. Boniar, S.M. and Kharchuk, O.G. (2024), “Experience of increasing the competitiveness of transport and logistics enterprises of the EU countries for adaptation in Ukraine”, *Actual issues of economic sciences*, vol. 5, available at: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/104> (Accessed 30 June 2025)
4. Volkova, I.A. (2022), “International logistics strategies: current state and development trends”, *Bulletin of Economic Sciences*, vol. 11(2), pp. 45-60.

5. Grigorak, M.Y. (2017), "Strategy of macro-segmentation of the logistics services market in Ukraine", *Global and national problems of the economy*, vol. 18, pp. 83-89. available at: <http://globalnational.in.ua/archive/18-2017/18.pdf> (Accessed 29 June 2025).

6. Zaverbnyi, A.S. and Makarova, Y.S. (2021), "Problems and potential opportunities for implementing innovative strategies to increase the level of competitiveness of enterprises", *Economy and Society*, vol. 34, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/984> (Accessed 30 June 2025)

7. Zaverbnyi, A.S. and Sharovskyi, Y.O. (2025), "Features of organizational behavior management systems of distribution companies as a key element in the formation of their optimal business processes and increase of competitiveness", *Economy and Society*, vol. 71, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5546> (Accessed 30 June 2025)

8. Zaverbnyi, A.S., Zalizna, L.V. and Trach, M.Y. (2024), "Digitalization as an important factor in the formation of competitiveness of an export-oriented enterprise: information aspect", *Economy and Society*, vol. 60, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3560> (Accessed 4 July 2025).

9. Klymenko, V.V., Novalska, N.I. and Lozova, G.M. (2022), "Organization of promotion of transport and logistics services to target markets", *Actual problems of development of the regional economy: scientific journal*, vol. 18, T.1, pp. 16-32.

10. Kovalenko, S.V. (2022), "Digitalization of logistics processes: benefits and challenges", *Economic Studies*, vol. 8(2), pp. 56-72.

11. Kryvoruchko, O.M. (2019), *Lohistychnyi menedzhment: teoretychni ta prykladni problemy* [Logistics management: theoretical and applied problems], KhNADU, Kharkiv, Ukraine.

12. Lipinska, O.A. (2014), "Theoretical foundations of pricing for logistics services of a seaport", *Economy: the realities of the times*, vol. 6(16), pp. 41-49.
13. Lozova, G.M. and Klymenko, V.V. (2021), "Assessment of efficiency and competitiveness of transport and logistics enterprises", *Theoretical and applied issues of economics: a collection of scientific papers*, vol. 1 (42), pp. 142-155.
14. Melnyk, I.O., Vlasenko, O.M. and Cherevchuk, E.V. (2018), "Pricing in the logistics system", *Effective economy*, vol. 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6690> (Accessed 5 July 2025).
15. Oliynyk, N. and Buryk, Y. (2018), "Competitiveness of an enterprise as a determining characteristic of its efficiency", *Socio-Economic Problems and the State*, vol. 2 (19), pp. 3-12.
16. Panasenko, T. (2015), "Pricing strategy and pricing strategy of the organization: terminological and substantive identification", *Trajectory of science*, vol. 4, no.1, pp. 224-235.
17. Pronko, L.M. and Tokar, K.S. (2023), "Relationship marketing as a tool for a competitive marketing strategy", *Ahrosvit*, vol.11, pp. 44-51.
18. Pchelyanska, G. and Stefanenko, K. (2020), "Pricing of logistics services", *Young Scientist*, vol. 11 (87), pp. 197-200.
19. Raiko, D.V. (2025), "CRM-systems in the formation of relationship marketing strategies: the effectiveness of implementation in small and medium-sized businesses in Ukraine", *Effective Economy*, vol. 5, available at: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/6461> (Accessed 27 June 2025)
20. Shkoryna, I. (2024), "Marketing of logistics services in the context of global economic trends", *Actual Problems of Economics*, vol. 6(276), pp. 228-239.

Стаття надійшла до редакції 28.07.2025 р.