

додаткових витрат держбюджету.

Оскільки аграрний сектор забезпечує стійкість економіки і відіграє провідну роль у подальшому повоєнному відновленні. То саме тому держава має забезпечити умови для відновлення агросектору, стимулювати подальший його довгостроковий розвиток.

1. Tarasovsky, Y. (2024). Direct losses of the agrarian sector of Ukraine due to the war exceeded \$ 80 billion - KSEAgrocenter Forbes (www.lsej.org.ua) URL: <https://forbes.ua/news/pryami-zbitki-agrarnogo-sektora-ukraini-cherez-viynu-perevishchili-80-mlrd-kse-agrotsentr-21022024-193644>.

2. Official website of the State Customs Service of Ukraine (2025) URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri>

3. Nosova, N.I. (2024). Management of the development of the vegetable market in Ukraine with the possibility of further implementation of import substitution. Current problems of modern science: theoretical and practical research of young scientists: materials of the II All-Ukrainian scientific-practical conference (May 14-15, 2024). Poltava, 2024. P. 345-347 URL: https://drive.google.com/file/d/1ky1nD10PZ9Lf1IT8Da6-X8mjT_dBJX6m/view

**Оксенюк К. І., кандидат економічних наук, доцент
Луцький національний технічний університет**

БРЕНД ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА В СУЧАСНИХ ЛОГІСТИЧНИХ МЕРЕЖАХ

В умовах посилення процесів глобалізації та стрімкого розвитку технологічних інновацій зростає роль брендингу. Одним із аспектів, що визначає успішність компанії в даному сегменті, є її бренд. Бренд – це стратегічний актив, який здатний забезпечити конкурентну перевагу компанії. Відмінна репутація бренду, що відображає якість, надійність та інноваційність, стає вирішальним фактором у боротьбі за клієнтів та частку ринку.

Впізнаваний та авторитетний бренд формує довіру серед учасників логістичної мережі. Перевернені часом компанії з позитивною репутацією є більш привабливими для співпраці з постачальниками, перевізниками та іншими ключовими ланками ланцюга постачання. Довіра спрощує переговори, мінімізує ризики та сприяє встановленню довгострокових партнерських відносин, що є критично важливим для злагодженої роботи всієї мережі.

Сильний бренд є потужним інструментом залучення та утримання клієнтів. В умовах високої конкуренції споживачі схильні обирати логістичних провайдерів з усталеною репутацією надійності та якості послуг.

Бренд сприяє формуванню корпоративної культури, залученню та утриманню талановитих співробітників. Працівники, які пишаються приналежністю до компанії, демонструють вищу мотивацію та продуктивність, що безпосередньо впливає на якість надаваних логістичних послуг та ефективність управління мережею.

Українська логістична галузь стикається з низкою викликів, зокрема через війну та економічну нестабільність. Проте ці умови також відкривають нові можливості для розвитку бренду:

1. Гнучкість та адаптивність. Компанії, які швидко адаптуються до змін, демонструють свою надійність та професіоналізм, що позитивно впливає на бренд (Гусєв, 2024).

2. Інновації та цифровізація. Впровадження новітніх технологій, таких як автоматизація складів та використання Big Data, дозволяє підвищити ефективність та прозорість процесів, що зміцнює довіру клієнтів до бренду (Кісіль, 2023).

3. Сталий розвиток. Компанії, які впроваджують екологічні практики та соціальну відповідальність, формують позитивний імідж та приваблюють свідомих споживачів (Марченко, 2024).

Отже, в сучасних логістичних мережах бренд є не просто маркетинговим інструментом, а стратегічним активом, який формує довіру, лояльність і стабільність бізнесу. Інвестиції в брендинг, постійне підтримання репутації бренду, відповідність очікуванням клієнтів –

запорука успіху та лідерства. Успішне використання бренду дозволяє компаніям виділятися на конкурентному ринку, залучати нових клієнтів та утримувати наявних, що в кінцевому результаті призводить до зростання прибутків і покращення ринкових позицій.

1. Гусев, Ю. (2024). Галузеві тренди. Стан логістичної галузі в Україні: тренди та особливості. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/galuzevi-trendi-stan-logistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-trendi-ta-osoblivosti>

2. Кісіль, Р. (2023). Якою буде індустрія логістики та перевезень у 2023 році. *Економічна правда*. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/02/1/696554/>

3. Марченко, Н. (2024). Тренди розвитку логістики в Україні у 2024 році: інтерв'ю з Євгеном Маріновим. *Landlord*. URL: <https://landlord.ua/news/trendy-rozvytku-logistyky-v-ukrayini-u-2024-roczy-intervyu-z-yevgenom-marinovym/>

Пакуліна А. А., кандидат економічних наук, доцент

Хіль О. О., здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

ЛОГІСТИКА ТА ПОСТАЧАННЯ: СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

У сучасних умовах глобальної нестабільності, загроз безпеці та економічних трансформацій питання логістики та управління ланцюгами постачання набуває особливої актуальності. Для підприємств, зокрема малого та середнього бізнесу, ефективна логістика стала не лише засобом оптимізації витрат, а й чинником забезпечення стійкості до ризиків, що впливають на функціонування підприємницької діяльності.

Сфера логістики в умовах воєнного стану та порушення традиційних каналів постачання в Україні зазнала суттєвих змін. Компаніям доводиться оперативнo адаптувати свої логістичні стратегії до нових викликів: зміни транспортної інфраструктури, блокування певних маршрутів, зростання вартості пального, нестача персоналу, ризику зберігання та перевезення продукції. У таких умовах стратегічне планування постачання набуває пріоритетного значення для збереження конкурентоспроможності (Кубах та ін., 2022).

Одним із ключових аспектів стратегічної логістики є оптимізація ланцюгів постачання. Йдеться про вибір ефективних постачальників, раціональне управління запасами, скорочення логістичних витрат шляхом впровадження цифрових технологій. Наприклад, дедалі більше українських підприємств переходять на використання ERP-систем для інтеграції інформаційних потоків і управління ресурсами, що підвищує прозорість і контроль усіх етапів постачання.

Не менш важливим є географічне переорієнтування постачальницьких ланцюгів. З початком повномасштабної війни частина бізнесу переїхала до західних регіонів України або за кордон, що спричинило зміну логістичних маршрутів. Зросла роль логістичних хабів у Львівській, Закарпатській та Волинській областях, які стали критичними точками розподілу товарних потоків як усередині країни, так і на експорт.

Окремо варто виділити роль цифровізації в трансформації логістичних процесів. Зокрема, використання хмарних платформ управління доставкою, трекінгових систем, цифрового документообігу значно підвищує ефективність комунікацій між усіма учасниками ланцюга постачання. Такі технології, як Internet of Things (IoT), дозволяють відстежувати стан вантажів у режимі реального часу, а штучний інтелект допомагає прогнозувати попит і оптимізувати маршрути (Скакун, 2021)

Успішні приклади впровадження стратегічної логістики в Україні можна побачити на прикладі компаній:

- «Нова Пошта» – постійне вдосконалення мережі сортувальних центрів і запровадження автоматизованих систем доставки.

- «Rozetka» – налагодження гнучкої системи логістичних хабів, яка витримує як