

4. Фімяр С. В., Попик Н. В. Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності. *Ефективна економіка*. 2025. № 11. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.11.96>.
5. 43674904 – ТОВ «ДЕЛА ЕНЕРДЖІ СІСТЕМС» – Історія змін – Clarity Project. Clarity Project. URL: <https://clarity-project.info/edr/43674904/history/edrrou>.

Савельєва С. В., Гордійчук С. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Післявоєнна відбудова України критично залежить від логістики як стратегічної сполучної ланки між усіма секторами національної економіки [1]. Масштабне руйнування інфраструктури та блокада традиційних морських шляхів змусили екстрено переорієнтувати вантажопотоки на західні сухопутні кордони, що виявило гострий дефіцит складських потужностей і перевантажило існуючі мережі [5]. У таких умовах головна мета полягає не у простому ремонті зруйнованого, а у формуванні нової, стійкої моделі логістики, яка буде повністю інтегрована у світову транспортну систему. Проте реалізацію цієї стратегії суттєво стримують не лише фізичні пошкодження, а й розрізненість складських мереж та відсутність злагодженої координації між виробниками, перевізниками й державними інституціями [2]. Великою перешкодою є те, що українські цифрові програми часто «не розуміють» міжнародні платформи, а це створює плутанину в документах та інформації. Щоб вирішити цю проблему, Україна впроваджує єдиний «цифровий міст» – набір технологій, які дозволять нашим і європейським системам працювати як одне ціле:

1. Перехід на стандарт eFTI (2026 рік). Це спільні «правила гри» для електронних документів у ЄС. Завдяки цьому будь-яка інформація про вантаж, передана українським перевізником, автоматично стає зрозумілою для європейських контролерів.

2. Відмова від паперів (e-TTN та e-CMR). Ми повністю замінюємо паперові стоси накладних на один електронний документ. Його бачать митники обох країн у реальному часі, що прибирає хаос і нескінченні перевірки папок із печатками.

3. Система «Один документ – один шлях» (NCTS Phase 5). Це оновлена програма, яка дозволяє вантажу проїжджати через кордони без зупинок. Ви

заповнюєте одну цифрову декларацію, і вона діє на всьому шляху до пункту призначення.

4. «Розумний кордон» (Smart Border). Це розвиток знайомої всім єЧерги. Система не просто ставить вантажівку в чергу, а заздалегідь аналізує дані про товар, щоб митники могли пропустити авто швидко, знаючи, що все гаразд [4].

Водночас успішна реалізація цифрових стратегій потребує надійного економічного підґрунтя та залучення значних інвестицій у розбудову фізичної інфраструктури. В умовах воєнних загроз ключовим інструментом стимулювання капіталовкладень стає впровадження механізмів страхування воєнних ризиків за підтримки міжнародних організацій, зокрема MIGA та DFC, що дозволяє гарантувати безпеку активів іноземних та вітчизняних донорів. Паралельно з цим необхідно активізувати моделі державно-приватного партнерства, де через механізми концесій бізнес отримує можливість спільно з державою відновлювати та модернізувати критичні об'єкти, такі як порти та вантажні термінали. Важливим кроком також є формування логістичних кластерів – спеціальних економічних зон, де завдяки податковим пільгам та спрощеному регулюванню приватні компанії зможуть оперативно будувати сучасні складські потужності. Лише поєднання міжнародних фінансових гарантій із гнучкими формами співпраці держави та бізнесу дозволить перетворити логістичну галузь на драйвер післявоєнного відновлення національної економіки [5].

Післявоєнне формування логістичної системи України це стратегічна трансформація всієї економічної моделі. Ключовим є створення «цифрового мосту» з ЄС для усунення бар'єрів і забезпечення прозорого обміну даними на кордонах. Відновлення галузі вимагає залучення приватного капіталу через механізми страхування воєнних ризиків, державно-приватне партнерство та логістичні кластери. Реалізація цих підходів інтегрує Україну до глобальних мереж, перетворюючи логістику на потужний драйвер експорту та стратегічний транспортний хаб на межі Європи та Азії.

Список використаних джерел:

1. Бойченко, М. В. Відновлення та розвиток транспортної інфраструктури у повоєнний період. Економічний вісник Донбасу. 2024. № 3(73). С. 132-137. [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2023-3\(73\)-132-137](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2023-3(73)-132-137).

2. Булик О. Стратегія відновлення економіки України після війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-51>.
3. Костюк О. С., Костюк Ю. С. Strategic vectors of the development of the transport system of Ukraine in the conditions of European integration. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*. 2023. Вип. 39. С. 167-175. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/998>.
4. Павлов К., Тоцька О., Бортник А. та ін. Стратегія розвитку логістики в Україні за умов ризиків та загроз. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2025. № 3, Т. 2. С. 337-342. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(2\)-52](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(2)-52).
5. Попова Ю. М., Чуприна О. О., Демчина В. Р. Логістика та повоєнне відновлення економіки України: напрацювання стратегій сумісно з іноземними партнерами. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 73. С. 161-168. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-21>.

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Піцик С. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СТРАТЕГІЧНІ МАРКЕТИНГОВІ РІШЕННЯ СУБ'ЄКТА
МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Сучасний малий бізнес стикається з численними викликами, пов'язаними зі швидкими технологічними змінами, глобалізацією та необхідністю інтеграції цілей сталого розвитку в управлінські та маркетингові процеси. В умовах мобільної економіки, де ресурси та інформація переміщуються миттєво, а споживач активно користується цифровими платформами, стратегічний маркетинг стає ключовим інструментом розвитку та збільшення суб'єкта малого бізнесу, підвищення його конкурентоспроможності та стійкості. Глобалізація, цифровізація та смартизація формують нові конкурентні умови та висувають додаткові вимоги до стратегічного управління. Малі підприємства часто обмежені ресурсами, що ускладнює впровадження інноваційних рішень і швидке реагування на зміни ринку, тому розробка стратегічних маркетингових рішень є важливою для підтримки та зростання бізнесу в умовах нестабільності.

Основним завданням стратегічного маркетингу в кризових умовах є створення механізмів швидкого реагування на зміни ринку, оптимізації ресурсів і забезпечення гнучкості бізнес-процесів. На думку [1], інтеграція цифрових технологій дозволяє малим підприємствам отримувати аналітичні дані в режимі реального часу, відстежувати зміни поведінки споживачів та своєчасно коригувати маркетингові стратегії. Використання смарт-рішень і автоматизації бізнес-процесів