

3. Постанова Кабінету Міністрів України № 940 від 09.10.2020 р. Питання Міністерства цифрової трансформації України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF>

УДК 339.187.6:005.53:004

**ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ
ТРАНСФОРМАЦІЇ**

**LOGISTICAL SUPPORT FOR THE COMPETITIVENESS OF TRADE
ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION**

Алексенко Кирил Віталійович,
магістр Уманського державного педагогічного університету
імені Павла Тичини, м. Умань, Україна
Aleksenko Kirill Vitaliyovych,
Master's student of Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Uman, Ukraine

kyryl.aleksenko@udpu.edu.ua

Хлівнюк Аліна Михайлівна,

магістр Уманського державного педагогічного університету
імені Павла Тичини, м. Умань, Україна

Khlivnyuk Alina Mykhailivna,

Master's student of Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Uman, Ukraine

alina.khlivniuk@udpu.edu.ua

У сучасних умовах цифровізації економіки підприємства торгівлі зіштовхуються з посиленням конкуренції, зміною поведінки споживачів та необхідністю оперативного реагування на запити ринку. Логістичні процеси стають ключовим елементом бізнес-моделі підприємств, оскільки визначають швидкість і якість товаропросування, рівень витрат та здатність забезпечити постійний сервіс. Тому логістичне управління виступає важливим інструментом зміцнення конкурентних позицій торговельних компаній в умовах цифрового розвитку.

Сучасні трансформаційні процеси в Україні, пов'язані з децентралізацією та цифровізацією, актуалізують потребу у вдосконаленні механізмів управління ринком освітніх послуг у територіальних громадах. Підвищення рівня конкурентоспроможності закладів освіти потребує

формування ефективних маркетингово-логістичних рішень, спрямованих на задоволення потреб різних груп споживачів, оптимальне використання ресурсів та забезпечення доступності освітніх продуктів.

Ефективність діяльності торговельних підприємств значною мірою залежить від оптимізації логістичних витрат, цифрової інтеграції ланцюгів постачання, прозорості та швидкості обміну інформацією між усіма учасниками ринку. Використання цифрових інструментів (ERP-, CRM-, WMS-системи, трекінг доставок) забезпечує підвищення продуктивності та дозволяє мінімізувати втрати в логістичних операціях.

До важливих напрямів підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств належать: оптимізація запасів на основі аналітики попиту; розвиток електронної комерції та омніканальних продажів; впровадження автоматизації складських і транспортних процесів; логістичне партнерство та розвиток співпраці в межах ланцюгів постачання; використання маркетингової логістики для підвищення рівня сервісу.

Управління логістикою має бути інтегрованим у загальну стратегію управління конкурентоспроможністю – це забезпечує узгодженість між логістичними витратами й обраними конкурентними перевагами, такими як швидкість доставки, асортимент, доступність товару та рівень обслуговування.

Маркетингові інструменти відіграють ключову роль у формуванні стратегії інноваційного розвитку освітніх установ, що зумовлено необхідністю врахування вимог зацікавлених сторін, соціальних запитів та ринкових тенденцій розвитку громад [1]. Запровадження стратегічного маркетингового управління дозволяє закладам освіти формувати унікальні конкурентні переваги, посилювати взаємодію із внутрішніми та зовнішніми стейкхерами та забезпечувати гнучкість прийняття управлінських рішень під впливом нестійкого зовнішнього середовища [2].

Управління логістичними процесами в системі освітніх послуг передбачає оптимізацію ресурсного забезпечення, упровадження цифрових

інфраструктур, ефективне використання просторових можливостей громад, що сприяє доступності освітніх програм. Синергетичне поєднання маркетингового та логістичного підходів формує передумови для розвитку інноваційних моделей організації освітньої діяльності, особливо у воєнний та післявоєнний періоди, коли адаптивність і швидкість реакції на виклики набувають особливого значення [3].

Таким чином, маркетингово-логістичний підхід є стратегічним напрямом розвитку ринку освітніх послуг у територіальних громадах України. Він забезпечує оптимальне поєднання попиту і пропозиції, підвищує якість освітнього сервісу, сприяє інноваційності та конкурентоспроможності закладів освіти, що в кінцевому результаті позитивно впливає на соціально-економічний розвиток громад.

Список використаних джерел

1. Корнієнко Т., Подзігун С., Пачева Н. Маркетингова стратегія інноваційного розвитку підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-85>

2. Пачева Н. О., Подзігун С. М., Корнієнко Т.О. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю інноваційно-орієнтованих підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Сер. Економічні науки. 2023. № 8. DOI : <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9113>

3. Пачева Н.О., Лутай Л.А. Стратегічний маркетинг у воєнний та післявоєнний час. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2540> DOI: 10.32782/2524-0072/2023-52-24