

УДК 656.073

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-РЕПУТАЦІЇ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCE ON THE FORMATION OF THE BUSINESS REPUTATION OF A TRANSPORT ENTERPRISE

канд. техн. наук Є.М. Лебідь¹

¹Національний транспортний університет (м. Київ)

Ie.M. Lebid¹, PhD (Tech.)

¹National Transport University (Kyiv)

У сучасних умовах високої конкуренції на ринку логістичних послуг репутація підприємства відіграє ключову роль у залученні та утриманні замовників. Для транспортного підприємства цей аспект є визначальним, адже саме довіра замовників часто стає вирішальним чинником при виборі логістичного партнера. До основних чинників успішної взаємодії замовника з транспортним підприємством є:

1. Якість обслуговування. Йдеться не лише про фактичне виконання перевезень – важливо, щоб доставка здійснювалась точно в строк, вантаж не зазнавав пошкоджень, а автопарк підприємства відповідав сучасним стандартам безпеки й надійності.

2. Організація взаємодії з замовником. Якщо на звернення реагують оперативно, менеджери ведуть себе професійно й доброзичливо, а замовник має можливість швидко отримати відповідь через зручні канали (електронна пошта, месенджери, чат-боти), то рівень задоволеності зростає. Особливо цінується можливість супроводу на всіх етапах — від консультації до завершення доставки.

3. Цінова політика. Важливо, щоб вартість послуг була конкурентною, а при цьому – відповідала якості. Гнучкість у формуванні цін, знижки для постійних замовників, прозорість розрахунків — усе це позитивно впливає на загальне враження замовника.

4. Використання сучасних цифрових рішень. Коли підприємство надає змогу відстежувати маршрут вантажу в реальному часі, оформлювати замовлення через мобільний додаток чи сайт, здійснювати оплату онлайн – це значно підвищує зручність та створює враження про компанію як про інноваційну та клієнтоорієнтовану.

5. Громадська думка. У наш час багато замовників перед оформленням замовлення звертаються до відгуків на профільних платформах (наприклад, Lardi-Trans або ProZorro) [1-2]. Високий рейтинг, позитивні коментарі, публічні подяки чи рекомендації – усе це працює на зміцнення іміджу.

Узагальнюючи, можна сказати, що репутація не створюється швидко, а є результатом послідовної роботи над якістю, сервісом, комунікацією та відкритістю до сучасних рішень. Саме сукупність цих чинників і формує позитивне ставлення до підприємства з боку замовників логістичних послуг.

Формування довіри серед партнерів – це не менш важлива складова стабільної роботи транспортного бізнесу. Йдеться про підприємства, з якими укладаються договори про надання послуг, співпрацю у сфері митного оформлення, складування, охорони вантажів тощо [3].

Слід виділити наступні чинники ефективності співпраці партнерських організацій з транспортними підприємствами:

1. Дотримання договірних зобов'язань. Партнери очікують, що умови, закріплені в контракті, будуть виконані в повному обсязі та вчасно. Будь-яке порушення строків чи умов перевезення може призвести до фінансових втрат обох сторін, тому надійність – ключова.

2. Прозорість у веденні бізнесу. Відкритість у фінансових питаннях, ведення документації відповідно до вимог законодавства, відсутність участі у сумнівних схемах – усе це сприяє формуванню позитивного іміджу [4].

3. Наявність сертифікатів якості, ліцензій, дозволів, що свідчать про офіційну діяльність компанії. Багато партнерів, особливо великі підприємства, співпрацюють лише з сертифікованими перевізниками, які дотримуються галузевих стандартів.

4. Стабільна історія діяльності. Якщо підприємство працює на ринку тривалий час, має портфель реалізованих проєктів, відгуки інших партнерів – це створює довіру та підтверджує професіоналізм.

5. Комунікаційна відкритість. Співпраця повинна бути заснована на взаєморозумінні: вчасне інформування про можливі ризики, обговорення умов співпраці, гнучкий підхід до нестандартних ситуацій [5].

Проведене дослідження дало змогу виявити ключові чинники, що впливають на формування бізнес-репутації транспортного підприємства серед замовників та партнерських організацій. У центрі цього процесу – якість обслуговування, відкритість у комунікації, гнучкість цінової політики, а також впровадження цифрових сервісів. Аналіз сучасного стану українських суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності свідчить про їх високу адаптивність до викликів воєнного часу та поступову інтеграцію в європейський логістичний простір. Водночас розвиток цифрових інструментів, зростання партнерств із країнами ЄС, підтримка з боку міжнародних організацій створюють нові можливості для трансформації українського логістичного бізнесу.

[1] ProZorro. Платформа публічних закупівель: Аналітика транспортних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://prozorro.gov.ua>

[2] Lardi-Trans. Аналітика транспортного ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lardi-trans.com>

[3] Logistics Times Ukraine. Аналітичні звіти та тенденції розвитку логістики в Україні. — 2024. — №2 (28). – С. 14–25.

[4] Агєєва Н.М. Цифрова трансформація логістичних систем в умовах глобалізації // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2023. — №78. — С. 66–72.

[5] Губська К. В. Міжнародна логістика: Навчальний посібник. — Київ: Центр учбової літератури, 2021. — 256 с.

УДК 656.073

**ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ
АВТОРИЗОВАНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАТОРІВ В УКРАЇНІ
ПРИ ВИКОНАННІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ**

**JUSTIFICATION OF THE EXERCISE OF THE FUNCTIONING OF
AUTHORIZED ECONOMIC OPERATORS IN UKRAINE WHEN
CARRYING OUT FOREIGN TRADE TRANSACTIONS**

канд. техн. наук І.Г. Лебідь¹, канд. техн. наук Н.О. Лужанська¹

¹Національний транспортний університет (м. Київ)

I.H. Lebid¹N.O., PhD (Tech.), Luzhanska¹, PhD (Tech.)

¹National Transport University (Kyiv)

Авторизований економічний оператор (АЕО) — це суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, який отримав офіційне визнання митних органів як надійний партнер. АЕО має право на спрощення митних процедур та преференції в обслуговуванні [1].

Перевагами діяльності АЕО в Україні є такі чинники: прискорення та спрощення митного оформлення; пріоритетне проходження контролю; можливість попереднього випуску вантажу; зниження частоти фізичного огляду вантажів; підвищення репутації компанії на міжнародному рівні [2]. До недоліків варто віднести: складну і довготривалу процедуру сертифікації; необхідність дотримання стандартів та високий рівень відповідальності; додаткові витрати на аудит, внутрішній контроль, документацію.

Доцільність функціонування обумовлена тим, що авторизовані економічні оператори стимулюють розвиток чесного та прозорого бізнесу. Для підприємств, які системно працюють на міжнародному ринку, це інструмент конкурентної переваги та зменшення витрат. Його впровадження в Україні є також частиною уніфікації із митною системою ЄС. В Україні програма Уповноважений економічний оператор (УЕО) була запущена у серпні 2020 року після прийняття необхідних законодавчих змін та підзаконних актів у процесі наближення до європейського митного законодавства та стандартів зовнішньоекономічної діяльності [3].

У реєстрі авторизованих економічних операторів Державної митної