

Міністерство освіти і науки України  
Український державний університет залізничного транспорту



# МАТЕРІАЛИ

двадцять другої науково-практичної міжнародної конференції  
*«Міжнародна транспортна інфраструктура,  
індустріальні центри та корпоративна логістика»*

( 4-5 червня 2026 р. м. Харків, Україна )



MT.KART.EDU.UA

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ГРОМАД ТА ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ  
ТРАНСПОРТНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ  
АТ «УКРАЇНСЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ»  
CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET MÉTIERS (FRANCE)  
INSTITUTE OF AUTOMATIC CONTROL TELEMATICS OF  
TRANSPORT (POLAND)  
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО  
ТРАНСПОРТУ  
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ПРОМИСЛОВОСТІ НАН УКРАЇНИ

*Матеріали*

*Двадцять другої науково-практичної  
міжнародної конференції*

**«МІЖНАРОДНА ТРАНСПОРТНА  
ІНФРАСТРУКТУРА,  
ІНДУСТРІАЛЬНІ ЦЕНТРИ ТА  
КОРПОРАТИВНА ЛОГІСТИКА»**

*(4 – 5 червня 2026 р., м. Харків)*

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

**Голова:** *Панченко С. В.*, д.т.н., проф., ректор Українського державного університету залізничного транспорту (Харків).

**Заступники голови:** *Каграманян А. О.*, к.т.н., доц., проректор з науково-педагогічної роботи Українського державного університету залізничного транспорту (Харків);  
*Дикань В. Л.*, д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту (Харків).

### Секретаріат:

*Толстова А. В.* к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту (Харків);

*Шаповал Г. В.* к.т.н., доц., заступник декана з денної форми навчання факультету управління процесами перевезень Українського державного університету залізничного транспорту (Харків);

*Примаченко Г. О.* к.т.н., доц., доцент кафедри транспортних систем та логістики Українського державного університету залізничного транспорту (Харків).

підприємством.

Таким чином, формування позитивного іміджу підприємства в умовах глобалізації вимагає системного підходу до управління репутацією в цифровому середовищі. Реалізація запропонованих заходів з інтернет-маркетингу (оптимізація сайту, розвиток SMM-комунікацій) та гармонізація корпоративної культури дозволять туристичним підприємствам адаптуватися до сучасних викликів, підвищити рівень клієнтської довіри та посилити свою конкурентоспроможність.

[1] Баранюк Н.І. Теоретичний аналіз компонентів організаційної культури, необхідних для ефективного розвитку організації. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна*. 2023, Вип. 2. С. 13-22.

[2] Вардеванян В.А. Методи оцінки іміджу організації та їх застосування. *Вісник Чернівецького торговоекономічного інституту КНТЕУ*. 2020. №2. С. 45-49.

[3] Гарматюк, О., & Подзігун, С. Формування іміджу підприємства засобами маркетингових комунікацій: стратегічні підходи та комунікативні інструменти. *Економіка та суспільство*. 2025. (75). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-21>[4] Рожко В. І. Теоретичні та практичні аспекти формування іміджу підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2023. No 2 (56). С. 168–175.

**УДК 334.012.64:005.35:330.34**

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

### **BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES**

*канд. екон. наук І. В. Чорнобровка*

*Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)*

*I. V. Chornobrovka, PhD (Econ.)*

*Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)*

У сучасних умовах глобалізації та посилення суспільних вимог до діяльності підприємств особливого значення набуває соціальна відповідальність бізнесу, яка стає одним із ключових чинників забезпечення сталого розвитку підприємств та суспільства загалом [1].

Соціальна відповідальність бізнесу охоплює декілька основних напрямів:

- відповідальність перед працівниками;
- відповідальність перед споживачами;
- екологічна відповідальність;
- відповідальність перед місцевими громадами;
- дотримання принципів чесного ведення бізнесу та корпоративної етики.

Важливою складовою соціальної відповідальності є взаємодія зі стейкхолдерами, тобто всіма зацікавленими сторонами, на яких впливає діяльність підприємства або які впливають на його функціонування. До них належать працівники, клієнти, постачальники, інвестори, державні органи та місцеві громади.

Впровадження принципів соціальної відповідальності сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства та підвищенню рівня довіри з боку споживачів. Соціально відповідальні компанії отримують додаткові конкурентні переваги завдяки зміцненню репутації, підвищенню лояльності клієнтів та покращенню відносин із партнерами [2].

Крім того, соціальна відповідальність позитивно впливає на внутрішнє середовище підприємства. Забезпечення належних умов праці, професійного розвитку персоналу та соціального захисту працівників сприяє зростанню продуктивності праці, зниженню плинності кадрів і формуванню корпоративної культури.

Сучасні дослідження доводять, що підприємства, які інтегрують соціальну відповідальність у свою стратегію розвитку, мають вищі показники довгострокової ефективності та стійкості до кризових явищ.

В Україні концепція соціальної відповідальності бізнесу активно розвивається протягом останніх десятиліть. Вітчизняні підприємства дедалі частіше впроваджують соціальні програми, підтримують освітні, культурні та благодійні проєкти, реалізують екологічні ініціативи та беруть участь у розвитку місцевих громад.

В умовах воєнного стану значення соціальної відповідальності бізнесу суттєво зросло. Багато українських компаній здійснюють гуманітарну допомогу населенню, підтримують Збройні Сили України, реалізують програми працевлаштування внутрішньо переміщених осіб та беруть участь у відновленні постраждалих територій. Соціальна відповідальність стає важливим інструментом забезпечення економічної стійкості та післявоєнного відновлення держави.

Разом із тим існують певні проблеми, пов'язані з недостатнім рівнем поширення стандартів корпоративної соціальної відповідальності, обмеженістю фінансових ресурсів та недостатньою поінформованістю окремих суб'єктів господарювання щодо переваг соціально відповідального ведення бізнесу [3].

Соціальна відповідальність бізнесу є невід'ємною складовою сучасної моделі управління підприємством та важливим чинником його сталого розвитку. Реалізація соціально відповідальних практик сприяє підвищенню конкурентоспроможності, зміцненню репутації, розвитку людського капіталу та формуванню довгострокових партнерських відносин із зацікавленими сторонами.

Таким чином, в умовах сучасних викликів соціальна відповідальність бізнесу набуває особливого значення для економічного розвитку України та відновлення її соціальної інфраструктури. Подальше поширення принципів корпоративної соціальної відповідальності сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємств та досягненню цілей сталого розвитку

[1] Мостепанюк А. В. Сучасна система моделей ведення соціально відповідального бізнесу. Економіка, управління та адміністрування. 2020. №1. С. 48-54.

[2] Каличева Н.Є. Токмакова І.В., Овчиннікова В.О, Соціальна відповідальність бізнесу як драйвер соціальних інновацій та чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства. Національні інтереси України. 2026. №5 (22). С.2542-2555. Режим доступу: <https://perspectives.pp.ua/index.php/niu/issue/view/476/579>. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1793-2026-5\(22\)-2542-2555](https://doi.org/10.52058/3041-1793-2026-5(22)-2542-2555)

[3] Попадюк О. В., Лучик О. І. Принципи та механізм соціальної відповідальності в умовах стратегічного управління підприємством. Інфраструктура ринку. 2019. №36. С. 235-246.

**УДК 658.012.2**

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

## **STRATEGIC PLANNING OF ENTERPRISE DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBAL TRANSFORMATIONS**

*докт. екон. наук Г. С. Черноіванова*  
*Харківський національний економічний університет*  
*імені Семена Кузнеця (м. Харків)*

*H. Chernovanova, D.Sc. in Economics*  
*Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Kharkiv)*

Сучасне ділове середовище переживає епоху безпрецедентних змін, де головним рушієм розвитку виступають технології. Цифрова трансформація перестала бути просто ІТ-ініціативою – сьогодні це фундаментальна умова виживання та забезпечення конкурентоспроможності підприємств. В умовах цифрової реальності, де ринкові умови змінюються блискавично, класичні лінійні моделі стратегічного планування втрачають свою ефективність і потребують кардинального переосмислення.

В умовах глобальної цифровізації та турбулентного бізнес-середовища здатність організацій швидко адаптуватися стає фундаментальною умовою виживання. Для України ця проблема набуває особливої гостроти: країна перебуває у складному трансформаційному стані, де економічне відновлення та успіх реформ безпосередньо залежать від рівня

## Зміст

### Секція «Розвиток індустріальних центрів в умовах глобалізації»

---

<b>С. В. Панченко</b> Трансформація залізничного транспорту України: логістична стійкість та європейська інтеграція в умовах воєнних викликів	3
<b>В. Л. Дикань</b> Інституційне забезпечення розвитку індустріальних парків в Україні: виклики та перспективи	7
<b>Yu. Prus</b> Cluster approach to ensuring the protection of critical infrastructure objects	10
<b>Л. М. Алексеєнко, О. І. Тулай</b> Вплив управління публічними фінансами на розвиток індустріальних центрів: регіональний та міжнародний виміри	12
<b>Е. Р. Бекіров</b> Туризм як драйвер економічного зростання Дніпровського регіону: шляхи удосконалення	14
<b>К. В. Гарькавенко</b> Фінансові механізми повоєнного відновлення індустріальних центрів України в умовах глобалізації	16
<b>Л. Л. Калініченко</b> Цифрова трансформація промислових екосистем: нові архітектури індустріального розвитку	19
<b>В. В. Коваль, І. М. Гончарова</b> Новітні стандарти розвитку індустріальних парків України як чинник глобальної конкурентоспроможності	21
<b>М. А. Мироненко, Т. І. Лисенко</b> Розвиток індустріального центру в умовах глобальних викликів на прикладі міста Дніпра	23
<b>М. Р. Новіцький</b> Проблематика екологічної безпеки в умовах розвитку індустріальних центрів: системні виклики, технологічні ризики та стратегії модернізації	25

<b>У. Л. Сторожилова</b> Управління соціально-економічними системами в умовах неоіндустріалізації та глобалізації	550
<b>В. В. Ступницький</b> Тенденції в управлінні соціально-економічними системами в умовах цифрової глобалізації на прикладі України	551
<b>В. І. Творонович, С. П. Митюра</b> Управління персоналом як стратегічний чинник конкурентоспроможності підприємств транспортної галузі	553
<b>Д. В. Токарев</b> Проблеми та перспективи розвитку приміських пасажирських перевезень залізничним транспортом в Україні	555
<b>І. В. Толстов</b> Від екстрактивізму до економіки дару	557
<b>Ю. М. Туніцька, Ю. В. Гурнак</b> Міжнародне інвестиційне середовище України: стан, виклики та перспективи	559
<b>Н. Л. Фролова</b> Еволюція бізнес-моделей малого та середнього підприємництва в умовах цифрової та економічної невизначеності	562
<b>А. І. Хвостіков</b> Формування іміджу підприємства в умовах глобалізації	565
<b>І. В. Чорнобровка</b> Соціальна відповідальність бізнесу як чинник сталого розвитку підприємств	567
<b>Г. С. Черноіванова</b> Стратегічне планування розвитку підприємств в умовах глобальних трансформацій	569
<b>П. О. Черномаз</b> Глобальна криза як наслідок деградації якості еліт	571
<b>В. О. Шевчук, А. В. Луньов</b> Людський капітал як чинник трансформації соціально- економічних систем в умовах глобалізації	573

**МАТЕРІАЛИ**  
**ДВАДЦЯТЬ ДРУГОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ**  
**МІЖНАРОДНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**  
**«МІЖНАРОДНА ТРАНСПОРТНА ІНФРАСТРУКТУРА,**  
**ІНДУСТРІАЛЬНІ ЦЕНТРИ ТА КОРПОРАТИВНА ЛОГІСТИКА»**  
  
**(4 – 5 ЧЕРВНЯ 2026 РОКУ)**

*Відповідальний за випуск А. В. Толстова*

Підписано до друку 12 червня 2026 р.  
Формат паперу 60x84 1/16. папір писальний.  
Умовн.-друк. арк. **36,2**. Обл.– вид. арк. **36,8**.  
Замовлення № Тираж 300. Ціна договірна

Видавництво УкрДУЗТу, свідоцтво ДК № 6100 від 21.03.2018 р.