



Стала економіка

УДК 331.5

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.18670047>

Цифрова трансформація комунікаційних стратегій логістичних компаній

Лось Віта Олексіївна,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри міжнародної економіки,

Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

м. Київ, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-7932-5232>

Прийнято: 15.01.2026 | Опубліковано: 31.01.2026

Анотація: Стаття присвячена дослідженню впливу цифровізації на формування ефективних комунікаційних стратегій логістичних компаній. Розглянуто ключові напрямки цифрової трансформації, включаючи застосування IoT, штучного інтелекту, Big Data, ERP-систем та блокчейн-технологій. **Метою** цієї статті є аналіз впливу цифрової трансформації на формування ефективних комунікаційних стратегій логістичних компаній. При проведенні дослідження використані наступні **методи**: аналізу, синтезу, порівняння, логічного узагальнення та систематизації. **Результати.** Встановлено, що впровадження діджитал-інструментів підвищує ефективність операцій, оптимізує маршрути доставки, знижує ризики перевезень та забезпечує прозорість і безпеку процесів. Особлива увага приділена цифровізації комунікацій, яка охоплює внутрішні, зовнішні та інституційні взаємодії. Використання багатоканальних платформ, електронних сервісів та аналітики даних сприяє оперативності обміну



інформацією, підвищує клієнтоорієнтованість, довіру та лояльність клієнтів, а також зміцнює репутацію компанії на ринку логістичних послуг. У статті також висвітлено роль цифрових KPI у оцінці ефективності комунікаційних стратегій та вплив цифровізації на ключові бізнес-результати, зокрема обсяги замовлень, утримання клієнтів і оптимізацію витрат. Підкреслено значення автоматизації та персоналізації комунікацій для формування стійких конкурентних переваг логістичних компаній в умовах цифрової економіки. **Висновки.** Зроблено висновок, що ключовим фактором підвищення ефективності бізнес-процесів та комунікаційних стратегій логістичних компаній є цифровізація. Цифрові комунікаційні стратегії забезпечують інтегровану взаємодію всередині компанії, з клієнтами, партнерами та державними органами. Використання сучасних інструментів захисту інформації, а також впровадження блокчейн-технологій забезпечує прозорість і захищеність документообігу, автоматизацію контролю за перевезенням вантажів і зменшення ризиків шахрайства.

Ключові слова: цифрова економіка, діджиталізація, цифрова трансформація, комунікаційні стратегії, суб'єкти господарювання, логістичні компанії, цифрові технології, цифрові інновації, цифрова логістика.

Digital transformation of communication strategies of logistics companies

Los Vita,

PhD in Economic Sc., Associate Professor of the Department of International Economics, Boris Grinchenko Metropolitan Kyiv University,
Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-7932-5232>



Abstract: *The article is devoted to the study of the impact of digitalization on the formation of effective communication strategies of logistics companies. The key areas of digital transformation are considered, including the use of IoT, artificial intelligence, Big Data, ERP systems and blockchain technologies. The purpose of this article is to analyze the impact of digital transformation on the formation of effective communication strategies of logistics companies. The following methods were used in the study: monographic, analysis, synthesis, comparison, logical generalization and systematization. Results. It was established that the implementation of digital tools increases the efficiency of operations, optimizes delivery routes, reduces transportation risks and ensures transparency and security of processes. Particular attention is paid to the digitalization of communications, which covers internal, external and institutional interactions. The use of multi-channel platforms, electronic services and data analytics contributes to the efficiency of information exchange, increases customer orientation, trust and loyalty of customers, and also strengthens the company's reputation in the logistics services market. The article also highlights the role of digital KPIs in assessing the effectiveness of communication strategies and the impact of digitalization on key business results, including order volumes, customer retention, and cost optimization. The importance of automation and personalization of communications for creating sustainable competitive advantages for logistics companies in the digital economy is emphasized. Conclusions. It is concluded that digitalization is a key factor in increasing the efficiency of business processes and communication strategies of logistics companies. Digital communication strategies provide integrated interaction within the company, with customers, partners, and government agencies. The use of modern information protection tools, as well as the implementation of blockchain technologies, ensures transparency and security of document flow, automation of cargo transportation control, and reduction of fraud risks.*



Keywords: *digital economy, digitalization, digital transformation, communication strategies, business entities, logistics companies, digital technologies, digital innovations, digital logistics.*

Постановка проблеми. Процес цифровізації значно змінює всі сфери економіки. Цифрова трансформація значно вплинула на логістичний бізнес, оптимізуючи витрати та покращуючи рівень обслуговування клієнтів. Логістика у сучасному бізнесі відіграє дуже важливу роль. Особливо посилилася роль логістики під час повномасштабного вторгнення росії в Україну. Воєнні дії потребували швидкої доставки різних вантажів та значно змінили логістичні шляхи не тільки всередині Україні і в світі також. Неможливість аероперевезень та обмеження морських перевезень сприяло розвитку автомобільних перевезень та зміни маршрутів. Розвиток інструментів цифровізації різних видів перевезень значно вплинув на ефективність та безпеку цих операцій. Дослідженню питання, яким чином змінились комунікаційні стратегії логістичних підприємств під впливом цифровізації, присвячена ця стаття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впливу процесу цифровізації на всі сфери економіки та на окремі компанії розглянуті у наукових працях як зарубіжних так і українських вчених. Питання впливу цифрової трансформації на стратегії розвитку бізнесу висвітлено у наукових працях Olorunyomi Stephen Joel, Adedoyin Tolulope Oyewole, Olusegun Gbenga Odunaiya, Oluwatobi Timothy Soyombo [1] та Veldhoven, Z. V. & Vanthienen, J. [2]. Результати монографічного огляду висвітлення питань цифрової трансформації у бізнесі та менеджменті у наукових працях зарубіжних вчених висвітлено у статті Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J.J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. [3]. Питання впливу цифровізації на сучасні комунікаційні та маркетингові стратегії та бізнес-практики розглянуто у статтях Malchuk, M.,



Popko, O., Oplachko, I., Martyniuk, O. & Tolchanova, Z. [4] та Zerfass, A., Vercic, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. [4].

Питанню цифрової трансформації діяльності логістичних компаній в сучасних умовах господарювання приділено увагу і у роботах українських науковців. Сутнісна характеристика, особливості цифровізації та нові діджитал-технології логістичних компаній розглянута в наукових працях Топалова Р. М. [6], Ачкасової Л.М. [7], Канцедал Н.А., Леги О.В., Морозова Є.О. [8]. Питанням цифрової трансформації логістичних послуг в умовах глобалізації, smart logistics, малого бізнесу присвячені дослідження Птащенко О.В., Курцева О.Ю. [9], Шершенюк О. М., Кізілов І. В [10], Нечипоренко Т.Д., Нарбут А.Р. [11], Нечипоренко Т.Д., Степанкевич А. П. [12], Гриценко С.І., Миколаєнко Д.С. [13]. Системі антикризового управління логістичною компанією та міжнародній практиці управління цими компаніями через смарт-контракти присвячені статті Трушкіної Н. В., Гармаш О. М., Чернух Д. В. [14], Гармаш О. М., Трушкіної Н. В., Євтушенко К. В., Шкригун Ю. О. [15]. Питання цифрової трансформації комунікаційних стратегій суб'єктів господарювання розглянуто в статтях Лойко Є.М., Загороднюк Є.В. [16], Лойко Є.М. [17].

Більшість дослідників недостатньо приділяють увагу висвітленню питання цифрової трансформації комунікаційних стратегій логістичних компаній, що зумовило вибір теми дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.

Враховуючи те, що наукові дослідження, результати яких є вже опублікованими у науковій літературі, більше стосувалися сутності цифрової трансформації діяльності логістичних компаній, то доцільно приділити увагу більш вузькій області дослідження, а саме цифрової трансформації комунікаційних стратегій логістичних компаній. Критичний аналіз наукової літератури довів, що розвиток цифрової трансформації комунікаційних



стратегій логістичних компаній під впливом процесу діджиталізації відбувається достатньо швидкими темпами, проте аналіз сутності методичного інструментарію для обрання найбільш ефективних варіантів комунікацій для логістичних компаній потребує проведення подальших досліджень і розробки. Ця стаття робить внесок у розв'язання проблеми аналізу цифрової трансформації комунікаційних стратегій логістичних компаній.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою цієї статті є аналіз впливу цифрової трансформації на формування ефективних комунікаційних стратегій логістичних компаній.

Відповідно до мети були сформульовані наступні завдання:

- визначити сутність та інструменти цифрових трансформацій бізнес-процесів логістичних компаній;
- виявити сутність та інструменти цифрових трансформацій комунікаційних стратегій логістичних компаній;
- узагальнити сучасних діджитал-інструментів, які застосовуються на окремих етапах здійснення логістичної операції;
- запропонувати схему формування цифрових комунікаційних стратегій логістичних компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес цифровізації вплинув на всі бізнес-процеси логістичних компаній. Перший позитивний ефект від застосовування діджитал-інструментів в управлінні бізнес-процесами – це підвищення їх ефективності на основі оптимізації маршрутів доставки вантажів та мінімізації витрат. Другим позитивним впливом цифровізації бізнес-процесів логістичної компанії є підвищення рівня обслуговування клієнтів за рахунок прозорості маршрутів доставки та можливості відслідковування у реальному часі переміщення вантажів. Третім позитивним впливом цифрової трансформації бізнес процесів логістичної



компанії є зниження ризиків при перевезенні вантажів. За рахунок відслідковування маршрутів переміщення вантажів в реальному часі та оптимізації операцій завантаження та розвантаження транспортних засобів можливе оперативне коригування цих процесів та уникнення затримок та непродуктивної втрати часу [18].

Застосування цифрових інструментів значно змінює сутність бізнес-процесів логістичних компаній, підвищує ефективність операцій та забезпечує безпеку їх здійснення (табл. 1, табл. 2).

Таблиця 1

Сутність та інструменти цифрових трансформацій бізнес-процесів
логістичних компаній

Назва бізнес-процесу	Сутність впливу цифровізації	Інструменти цифрових трансформацій бізнес-процесів
Оптимізація маршрутів доставки	Обрання найбільш ефективного та безпечного маршруту доставки вантажів.	Сенсори IoT, штучний інтелект (ШІ) та аналітика даних
Підвищення прозорості процесу доставки вантажів та рівня обслуговування клієнтів	Формування інтегрованих систем управління логістикою, які забезпечують постійний доступ до інформації про стан замовлень та доставок для клієнтів	Сенсори IoT, штучний інтелект
Управління складськими запасами та вантажно-розвантажувальні роботи	Моніторинг умов зберігання та уникнення втрат при зберіганні на складах. Оптимізація вантажно-розвантажувальних робіт.	Системи управління складами на основі штучного інтелекту
Збір, аналіз та обробка даних	Формування власної бази даних про рух транспортних засобів, дорожні умови, трафік та інші фактори, що впливають на маршрутизацію, які впливають на прийняття управлінських рішень	Застосування систем обробки даних на основі Big data. Спеціальні алгоритми на основі ШІ.
Реклама своїх послуг та взаємодія з клієнтами	Розміщення таргетованої реклама у соціальних мережах. Спілкування з клієнтами через сайт логістичної компанії та соціальні мережі.	Сайт компанії. WhatsApp, Telegram, Viber. TikTok, Instagram, Facebook.



Ведення бухгалтерського обліку та комунікація з податковою	Застосування діджитал-інструментів при веденні бухгалтерського обліку, сучасної облікової системи BAS: ERP та платформ для подання податкової звітності	BAS:ERP, МедОк. Дія. Хмарні сховища: AWS, Microsoft Azure, Google Cloud Податковий кабінет платників податку, Електронний підпис. Дія.
Розрахунки з клієнтами та постачальниками	Застосування інтернет-банкінгу для розрахунків з клієнтами та постачальниками	Інтернет-банкінг. Електронний підпис. Дія.
Захист інформації	Зі зростанням обсягів інформації застосовується все більш діджитал-інструментів для її захисту	Системи захисту на основі ІІІ. Біометрія, багатофакторна аутентифікація.

Джерело: складено автором

Дані табл. 1 засвідчують, що цифрова трансформація бізнес-процесів логістичних компаній має комплексний і системний характер, охоплюючи операційні, управлінські, фінансові та комунікаційні аспекти діяльності. Впровадження цифрових технологій, зокрема IoT, штучного інтелекту, Big Data та ERP-систем, сприяє підвищенню ефективності логістичних операцій, прозорості процесів і якості прийняття управлінських рішень. Цифровізація комунікацій з клієнтами та партнерами формує клієнтоорієнтовані стратегії взаємодії, підвищує рівень сервісу та довіри до логістичних компаній. Водночас зростання обсягів цифрових даних актуалізує необхідність посилення інформаційної безпеки, що зумовлює застосування сучасних інструментів кіберзахисту. Загалом цифрова трансформація виступає ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності логістичних компаній і визначає перспективні напрями їх подальшого розвитку.

Таблиця 2

Сутність та інструменти цифрових трансформацій комунікаційних стратегій логістичних компаній

Назва бізнес-процесу	Сутність впливу цифровізації	Інструменти цифрових трансформацій бізнес-процесів
----------------------	------------------------------	--



Комунікації всередині логістичної компанії між адміністрацією та співробітниками та співробітників між собою	Для здійснення внутрішніх комунікацій логістична компанія може обирати будь-які зручні для неї діджитал-інструменти.	Меседжери WhatsApp, Telegram, Viber. Корпоративна пошта. Мобільний зв'язок. Відеоконференції.
Зовнішні комунікації із замовниками та іншими стейкхолдерами	Для зовнішніх комунікацій логістична компанія повинна мати широкий спектр комунікаційних інструментів. Найбільш ефективним є сайт компанії.	Сайт компанії. Соціальні мережі. Відеоконференції: Zoom, Slack, Teams, Google Meet
Комунікації з митницею при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності	Застосування діджитал-інструменту «електронний митний кабінет»	Електронний митний кабінет. Програма «Єдине вікно» Дія.

Джерело: складено автором

Аналіз табл. 2 демонструє, що цифрова трансформація комунікаційних стратегій логістичних компаній охоплює внутрішні, зовнішні та інституційні комунікації, формуючи інтегровану цифрову систему взаємодії. Використання цифрових каналів підвищує оперативність інформаційного обміну, прозорість комунікацій та ефективність взаємодії зі стейкхолдерами. Застосування електронних державних сервісів у комунікаціях з митними органами сприяє спрощенню процедур зовнішньоекономічної діяльності та зниженню адміністративних витрат. Загалом цифровізація комунікацій виступає важливим чинником підвищення адаптивності та конкурентоспроможності логістичних компаній у цифровій економіці. Цифровізація значно підвищує ефективність роботи логістичних компаній, проте і має свої певні недоліки та обмеження. Великий обсяг інформації, який обробляється логістичною компанією потребує її захисту. Під час війни в Україні кількість кібератак значно зросла, що змушує компанії постійно нарощувати обсяги та потужність інструментів захисту інформації.

Одним із перспективних напрямів підвищення безпеки та надійності логістичних операцій є впровадження технології блокчейну. Використання



децентралізованої системи відстеження вантажів забезпечує фіксацію кожного етапу логістичного процесу – завантаження, транспортування та розвантаження – шляхом реєстрації операцій із застосуванням цифрових підписів, які зберігаються у взаємопов’язаних блоках даних. Такий підхід дозволяє всім учасникам логістичного ланцюга в режимі реального часу отримувати достовірну інформацію про перебіг операцій. Високий рівень захищеності даних у блокчейн-системах мінімізує ризики несанкціонованого втручання, підробки документів і шахрайських дій. Застосування єдиного децентралізованого інформаційного середовища сприяє підвищенню прозорості взаємодії та координації між партнерами, що є особливо важливим у контексті міжнародної логістичної співпраці. Крім того, використання блокчейну дозволяє автоматизувати процеси документообігу, знижуючи ймовірність помилок під час оформлення транспортних накладних, рахунків-фактур і договірної документації. Таким чином, впровадження блокчейн-технологій у логістичній сфері сприяє підвищенню рівня безпеки та довіри між учасниками логістичних операцій, оскільки зміна або видалення інформації в системі можливі лише за згодою всіх сторін. Це підтверджує доцільність використання блокчейну як ефективного інструменту цифрової трансформації логістичних процесів в умовах зростання кіберзагроз.

При здійсненні окремих логістичних операцій потрібно застосовувати певні діджитал-інструменти, які є достатньо ефективними для логістичних компаній, проте їх наявність вимагає достатнього рівня компетентностей персоналу та певних фінансових витрат з боку компанії (табл. 3).

Таблиця 3

Сучасні діджитал-інструменти для здійснення логістичної операції

Назва етапу логістичної операції	Сутність етапу логістичної операції	Діджитал-інструмент, який застосовується для здійснення даного етапу
----------------------------------	-------------------------------------	--



Отримання замовлення від клієнта на здійснення логістичної операції	Клієнт надсилає замовлення на здійснення логістичної операції із зазначенням типу вантажу, маршруту, термінів тощо	Сайт підприємства, соціальні мережі
Прийом замовлення та планування його виконання	Логістична компанія планує організаційні умови здійснення операції (вид транспорту маршрут перевезення тощо) та розраховує вартість послуг та узгоджує результати із замовником з укладанням договору	Логістичні платформи, тарифні розцінки, коефіцієнти збільшення або зменшення вартості послуги Комунікаційні мережі спілкування із замовником
Формування логістичного ланцюга доставки вантажу	Обрання транспортної компанії, виду страхування, оформлення документів, визначення необхідності брокерських послуг	Сервіси документообігу, електронний митний кабінет, програма «єдине вікно».
Підготовка вантажу до перевезення	Складські послуги, пакування, розташування на транспортних засобах	Складські системи на основі ІІІ
Перевезення вантажу	Здійснення транспортної операції за узгодженням із замовником маршрутом	GPS-трекінг, сервіси моніторингу
Виваження або передача вантажу	Виваження або передача вантажу згідно із договором з замовником	Сервіси моніторингу, сервіси документообігу
Звітування та завершення логістичної операції	Повний документальний пакет закриття логістичної операції: рахунок-фактура, акт, товарно-транспортна накладна, копія митної декларації (за наявності)	Сервіси документообігу
Аналіз ефективності здійснення операцій, зворотній зв'язок із клієнтом	Аналіз виконання умов договору з клієнтом, оцінка продуктивності логістичної операції, оцінка послуги з боку клієнта	CRM, онлайн опитування клієнта, зворотній зв'язок через сайт компанії

Джерело: складено автором

Узагальнюючи дані табл. 3, можна зробити висновок, що впровадження сучасних діджитал-інструментів у логістичні операції забезпечує комплексну цифровізацію всіх етапів логістичного процесу, підвищує прозорість, керованість та оперативність прийняття управлінських рішень, знижує вплив людського фактора і ризику помилок, сприяє оптимізації використання матеріальних, часових і фінансових ресурсів, а також підвищує рівень



клієнтоорієнтованості та конкурентоспроможності логістичних компаній в умовах цифрової економіки.

Тож, цифрова трансформація створює передумови для формування ефективних, прозорих і клієнтоорієнтованих комунікаційних стратегій, які стають важливим фактором конкурентоспроможності та стійкого розвитку логістичних компаній у сучасних умовах цифрової економіки. Ефективність цифрових комунікаційних стратегій визначається здатністю компанії забезпечувати швидкий, точний і безпечний обмін інформацією як всередині організації, так і із зовнішніми стейкхолдерами. Вона оцінюється через систему ключових показників (KPI), що включає оперативність реагування на запити клієнтів, рівень доступності та актуальності інформації, охоплення цільової аудиторії в цифрових каналах, а також індекси задоволеності та лояльності клієнтів.

Впровадження інтегрованих цифрових платформ і багатоканальних комунікаційних інструментів підвищує прозорість логістичних процесів, сприяє швидкому обміну інформацією між відділами та партнерами і зменшує ймовірність помилок у документообігу. Це, в свою чергу, позитивно впливає на формування довіри до компанії, підвищує лояльність клієнтів і зміцнює репутацію бренду на ринку логістичних послуг. Для досягнення максимального ефекту від використання цифрових інструментів необхідним є структурований підхід до їх впровадження та координації, що зумовлює потребу в розробленні чітких і послідовних схем формування цифрових комунікаційних стратегій (рис. 1).

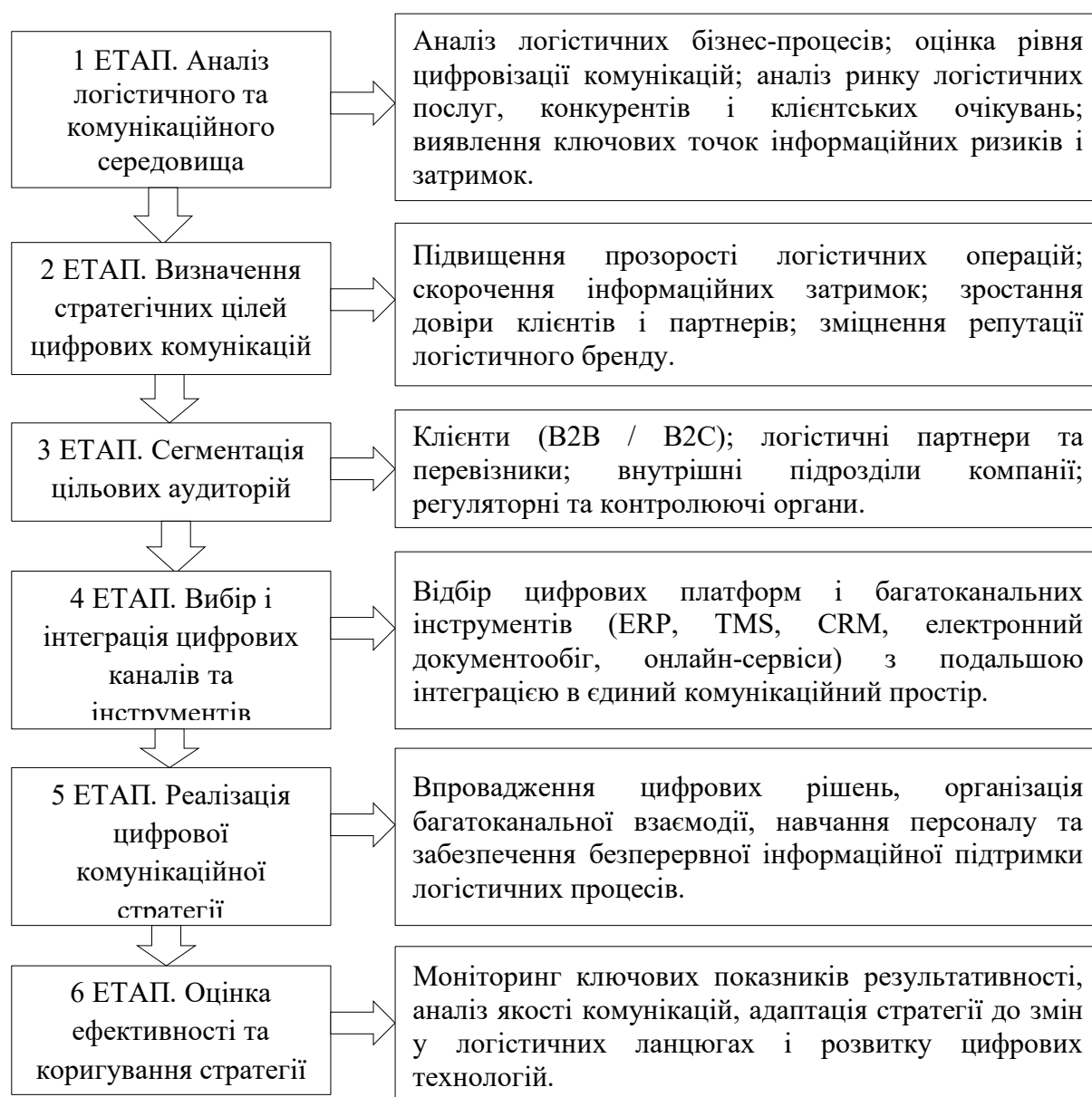


Рис. 1. Схема формування цифрових комунікаційних стратегій логістичних компаній.

Джерело: складено автором.

Поетапне формування цифрових комунікаційних стратегій логістичних компаній забезпечує системність і цілісність управління комунікаційними процесами в умовах цифрової трансформації. Водночас ефективність реалізації таких стратегій не може оцінюватися виключно за фактом їх упровадження, оскільки визначальним є ступінь досягнення поставлених



стратегічних цілей і вплив цифрових комунікацій на результати діяльності компанії.

У зв'язку з цим виникає необхідність оцінки ефективності цифрових комунікаційних стратегій, що потребує визначення відповідних критеріїв і показників, аналізу впливу цифрових комунікацій на лояльність клієнтів і репутацію бренду, а також встановлення взаємозв'язку між рівнем цифровізації комунікацій і ключовими бізнес-результатами логістичних компаній.

Система ключових показників ефективності (KPI) цифрових комунікаційних стратегій формується з урахуванням специфіки логістичної діяльності та охоплює взаємопов'язані групи операційних, комунікаційних і репутаційних критеріїв [19]. До операційних показників належать швидкість обробки запитів клієнтів, час реагування на звернення, рівень доступності та актуальності інформації щодо статусу замовлень і доставок, а також кількість помилок у комунікаційних процесах. Комунікаційні та маркетингові KPI відображають рівень залученості користувачів у цифрових каналах, охоплення цільової аудиторії, ефективність багатоканальної взаємодії, конверсію комунікацій у замовлення та активність клієнтів у цифровому середовищі. Окрему групу становлять репутаційні показники, зокрема індекси задоволеності клієнтів, Net Promoter Score, частка позитивних відгуків і рівень довіри до бренду логістичної компанії.

Застосування зазначених показників дозволяє оцінити вплив цифрових комунікацій на формування лояльності клієнтів і репутації бренду. Забезпечення прозорості логістичних процесів, оперативного інформування клієнтів та персоналізованої взаємодії сприяє підвищенню рівня довіри та задоволеності споживачів, формуванню довгострокових партнерських відносин і зниженню ризику втрати клієнтів. У результаті ефективні цифрові



комунікаційні стратегії виступають важливим інструментом зміцнення позитивного іміджу логістичної компанії на ринку.

Водночас цифровізація комунікаційних процесів має безпосередній вплив на ключові бізнес-результати логістичних компаній. Підвищення ефективності комунікацій сприяє зростанню обсягів замовлень, підвищенню рівня утримання клієнтів, оптимізації операційних витрат і покращенню якості управлінських рішень. Інтеграція цифрових комунікаційних платформ із CRM-, ERP- та аналітичними системами забезпечує комплексний підхід до управління інформаційними потоками, підвищує адаптивність компаній до змін ринкового середовища та сприяє формуванню стійких конкурентних переваг.

Сучасні тенденції цифрової комунікації в логістичній сфері характеризуються переходом до нових моделей взаємодії, інтеграції комунікаційних платформ і широкого використання аналітики даних. Зростає роль автоматизованих сервісів, чат-ботів і цифрових платформ самообслуговування клієнтів, що забезпечують безперервну та оперативну комунікацію. Водночас посилюється значення кібербезпеки та захисту інформації як ключових елементів довіри в цифровому середовищі. Автоматизація комунікаційних процесів дозволяє логістичним компаніям зменшити навантаження на персонал, підвищити швидкість обробки інформації та забезпечити стабільну якість комунікацій. Персоналізація цифрових комунікацій на основі аналізу даних про клієнтів сприяє формуванню індивідуалізованих пропозицій, підвищенню рівня задоволеності та зміцненню клієнтської лояльності. Поєднання автоматизації та персоналізації виступає ключовим напрямом розвитку сучасних комунікаційних стратегій у логістиці.

Висновки. Цифровізація логістичних компаній стала ключовим фактором підвищення ефективності їх бізнес-процесів. Використання



діджитал-інструментів, таких як IoT, штучний інтелект, Big Data та ERP-системи, дозволяє оптимізувати маршрути доставки, знизити витрати та ризики при перевезенні вантажів, а також забезпечує прозорість процесів і можливість відстежувати вантажі в реальному часі. Цифровізація охоплює всі етапи логістичного ланцюга – від приймання замовлень і планування до перевезення, розвантаження та аналізу результатів – підвищуючи оперативність, точність управлінських рішень і клієнтоорієнтованість. Цифрові комунікаційні стратегії забезпечують інтегровану взаємодію всередині компанії, з клієнтами, партнерами та державними органами. Використання багатоканальних платформ, месенджерів, соціальних мереж і електронних сервісів підвищує оперативність обміну інформацією, прозорість комунікацій та якість обслуговування клієнтів. Персоналізація цифрових комунікацій і застосування аналітики даних сприяють формуванню індивідуальних пропозицій, зміцненню довіри та лояльності клієнтів, а також підвищенню репутації бренду.

В умовах зростання обсягів даних і кіберзагроз особливу актуальність набувають питання безпеки та надійності логістичних процесів. Використання сучасних інструментів захисту інформації, а також впровадження блокчейн-технологій забезпечує прозорість і захищеність документообігу, автоматизацію контролю за перевезенням вантажів і зменшення ризиків шахрайства. Загалом цифрова трансформація створює умови для підвищення конкурентоспроможності логістичних компаній, розвитку ефективних і прозорих комунікаційних стратегій та формування стійких партнерських і клієнтських відносин у цифровій економіці.

Список використаних джерел

1. Olorunyomi Stephen Joel, Adedoyin Tolulope Oyewole, Olusegun Gbenga Odunaiya & Oluwatobi Timothy Soyombo (2024). The impact of digital



transformation on business development strategies: Trends, challenges, and opportunities analyzed. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(03), 617–624. DOI: <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.3.0706>

2. Veldhoven, Z. V. & Vanthienen, J. (2021). Digital transformation as an interaction-driven perspective between business, society, and technology. *Electronic Markets*, 32, 629–644. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12525-021-00464-5>

3. Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J.J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: an overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 1-18. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>

4. Malchyk, M., Popko, O., Oplachko, I., Martyniuk, O. & Tolchanova, Z. (2022). The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation). *Review of Economics and Finance*, 20, 1042-1050. URL: https://refpress.org/wp-content/uploads/2023/03/Paper-6_REF.pdf

5. Zerfass, A., Vercic, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2018). Strategic Communication: Defining the Field and its Contribution to Research and Practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 487–505. DOI: <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1493485>

6. Топалов Р. М. Цифрова трансформація логістичних систем: сутнісна характеристика та особливості. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5322/5264>

7. Ачкасова Л.М. Особливості цифрової трансформації транспортно-логістичної системи підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2024. Вип. 43. С. 211 – 224. DOI: <https://doi.org/10.30977/ETK.2225-2304.2024.43.211>



8. Канцедаль Н.А., Лега О.В., Морозов Є.О. Цифровізація логістики: нові технології для покращення управління та оптимізації. *Economic space*. 2025. № 199. С. 45 – 51. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.199.45-51>
9. Птащенко О.В., Курцев О.Ю. Цифровізація логістичних процесів в сучасних умовах глобалізації: трансформаційні зміни організаційної культури. *Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2025. № 3 (289). С. 54-62. DOI: <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2025-289-3-54-62>
10. Птащенко О. В., Шершенюк О. М., Кізілов І. В. Impact of digital transformation on the innovative activity of logistics enterprises. *Journal of Strategic Economic Research*. 2024. (3). С. 140–149. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2024.3.14>.
11. Нечипоренко Т.Д., Нарбут А.Р. Цифрова трансформація логістичної інфраструктури в контексті впровадження smart logistics. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 5 (56). С. 432 – 438. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-56-59>
12. Нечипоренко Т. Д., Степанкевич А. П. Розвиток комунікаційної діяльності в бізнес-структурах під впливом цифрової трансформації логістики. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2025. Вип. 5 (20). С. 223-228. URL: <https://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/859>.
13. Гриценко С.І., Миколаєнко Д.С. Цифрова трансформація логістичних послуг в умовах малого бізнесу. *Економічний вісник Донбасу*. 2025. № 2(80). С. 43 – 49. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2025-2\(80\)-43-49](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2025-2(80)-43-49)
14. Трушкіна Н. В., Гармаш О. М., Чернух Д. В. Формування системи антикризового управління діяльністю транспортно-логістичних компаній в умовах війни. *Агросвіт*. 2024. № 23. С. 153-164. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.23.153>.



15. Harmash O. M., Trushkina N. V., Yevtushenko K. V., Shkrygun Yu. O. Smart contract as a mechanism for managing the logistics activities of transport companies: international practice. *Intellectualization of logistics and Supply Chain Management* [Online]. 2025. Vol. 30. P. 82-101. DOI: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2025-30-8>.

16. Лойко Є.М., Загороднюк Є.В. Економічні аспекти цифрової трансформації комунікаційних стратегій суб'єктів господарювання в Україні в умовах війни. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2023. Том 1. № 11. С. 218 - 227. DOI: <http://doi.org/10.32750/2023-0118>.

17. Лойко Є.М. Аналіз сучасного стану комунікаційних стратегій суб'єктів господарювання та їх змін під впливом процесу діджиталізації. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. Вип. 20. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16729998>

18. Los V.O., Makarenko O.I. Modeling the impact of the level of technological development on international logistics processes in Ukraine using fuzzy logic (Моделювання впливу рівня технологічного розвитку на міжнародні логістичні процеси в Україні за допомогою нечіткої логіки.). *Financial Strategies of Innovative Economic Development*. 2025. № 2(66). С. 33-39. <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2025-2-66-04>.

19. Оленцевич Н.В., Кужель В.М., Мартиненко М.О. Розвиток логістичних мереж в умовах цифровізації та нестабільності ринку. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2025. № 2 (49). С. 49-56. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2025.027191>