

навколишнє середовище, прозоро ставлячись до своїх практик і залучаючи споживачів для сприяння відповідальній поведінці, компанії роблять свій внесок у більш стійкий світ. Такі практики зміцнюють лояльність до бренду та конкурентну перевагу на ринку.

Список використаних джерел

1. Звіт «Україна: стале економічне відновлення для людей і природи». Вересень 2022. URL: <https://wwf.ua/>.

2. Савицька Н.Л. Основні тенденції суб'єктності в умовах становлення економіки знань. Проблеми економіки. 2012. № 1. С. 20–23. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-1_0-pages-20_23.pdf.

3. Formation of entrepreneurship model by innovation activity of industrial enterprises. /Perevozova I. &etc. *Journal of Entrepreneurship Education*; Arden. 2019. Том 22, РР.1-

6.URL:<https://www.proquest.com/openview/d44419ac7d43b1878a715f5e81615cc4/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28224>.

4. Савицька Н.Л., Кот О.В., Кот М.С. Канали маркетингових комунікацій як засіб підвищення комунікативної активності підприємств торгівлі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 15. С.306 –310. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/62.pdf>.

УДК658.8:658.56:339.92

ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ПРОЄКТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

АНДРІЙ ГОЛІЩИН, КАТЕРИНА ЧЕПУРНА

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Наразі економіка України перебуває в критичному занепаді, що зумовлений низкою негативних подій за останні декілька років. Згідно досліджень, наразі більшість ринків України зазнають значних збитків через це, а в подальшому вимагатимуть значних реформатувань в галузі задля того, аби знову ефективно функціонувати. Проте, ринок логістичних послуг, який відіграє важливу роль в економіці, продовжує демонструвати зростання та розвиток[1].

Україна має великий потенціал в галузі транспорту та логістичних перевезень, що свідчить про перспективи розвитку логістики як однієї з пріоритетних галузей економіки країни. Незважаючи на виклики, такі як війна та кризові процеси на ринку, прогнозується подальший розвиток цієї галузі, оскільки вона має значний потенціал для зростання. Забезпечення якісних логістичних послуг є важливим для розвитку національної економіки та міжнародної торгівлі,

тому необхідно активно розвивати цю сферу та впроваджувати інноваційні підходи у маркетингу.

Розвиток та запровадження інноваційних маркетингових проєктів в сфері логістики стає вже необхідністю, а не можливістю. Це дозволить забезпечити конкурентоспроможність українських логістичних компаній на міжнародному ринку, збільшити обсяги експорту та імпорту, зменшити витрати та підвищити якість послуг.

Варто зазначити, що до повномасштабного вторгнення Росії, вважалось, що в Україні вигідне розташування, оскільки країна межує з сімома іншими та має вихід до моря. Це дозволяло державі отримувати доходи не лише від діяльності резидентів, а й залучати додаткові надходження з плати за транзит (Азія-Європа та навпаки). Україна мала зручне транзитне розташування для авіаційних, водних, залізничних та автомобільних напрямків вантажоперевезень. Таким чином, міжнародні перевезення в Україні займали одне з провідних місць в надходженнях держави.

Згідно довоєнним статистичним даним, на ринок логістичних послуг України припадає частка в 12% від загальної ВВП країни [2, с.146]. Це відображає значущість впливу стабільності та розвитку цієї галузі на економіку в цілому. Близько 7% загальної кількості зайнятого населення в Україні було залучено в сферу логістичних перевезень. Тому закриття кордонів, введення обмежень та погіршення безпеки територій на міжнародному рівні напередодні повномасштабного вторгнення вже похитнули стійкість галузі [3, с.394]. Починаючи з 24 лютого 2022 року галузь взагалі зазнала масштабних змін. Наразі Україна не може здійснювати міжнародні перевезення та не є транзитною державою через зовнішні загрози (ракетні обстріли територій України росією; постійні погрози країни-агресора; маніпуляції російської федерації на міжнародних ринках), що спричинило значне недоотримування коштів в державний бюджет.

Станом на весну 2023 року, більшість підприємств логістичної сфери, змогли прийняти рішення стосовно своєї діяльності, переформуватись або ж тимчасово зупинити свою діяльність, якщо у них відсутня можливість продовжувати. Найбільше постраждали авіа- та морські перевезення, через потенційну високу небезпеку. Розвиток логістичної діяльності підприємств залізничного транспорту є перспективним напрямком розвитку транспортної галузі, що потребує запровадження ефективної системи управління, інтермодальних перевезень, контейнеризації вантажопотоків, створення ХАБів, підвищення якості обслуговування клієнтів та встановлення конкурентоспроможних тарифів. Здебільшого інформація на такому рівні є недоступною, можна відслідковувати лише з відкритих даних. Тому компанії самостійно заявляють про інновації та маркетингові проєкти, які вони здійснюють.

Найбільш поширеними інноваційними маркетинговими проєктами для вищеперерахованих підприємств є впровадження систем збору та аналізу даних про логістичні процеси та послуги, їх ефективність, використання блокчейн-технологій для збереження захищеності даних у логістичній галузі. В свій час,

розробка власних систем відстеження вантажів та відслідковування маршрутів теж здійснили прорив, який підвищив привабливість галузі [2, с.150].

Так, наприклад, компанія «UVK» українського походження, яка постійно вдосконалює свої 3PL (Third Party Logistics) послуги та маркетинг, щоб підлаштуватись під потреби клієнтів. Компанія пропонує комплексні логістичні рішення, що включають митно-брокерські послуги, міжнародний форвардинг, фулфілмент, доставку та зберігання вантажів. Окрім того, вона активно впроваджує інноваційні проєкти (Інтернет речей, блокчейн тощо), які дозволяють їй підвищити ефективність та конкурентоспроможність. На додаток до цього, компанія пропонує прямий регулярний сервіс з перевезення збірних вантажів з Китаю та інших країн Південно-Східної Азії, Північної і Південної Америки. Навіть за нестабільних умов середовища, компанія все ще продовжує своє функціонування та працює над інноваційними ідеями, які б могли мінімізувати ризики для їх клієнтів.

Наразі ми також спостерігаємо стрімкий розвиток поштової логістики в країні. Підприємства даного напрямку збільшують свої вантажопотоки з кожним роком. Значне місце в розвитку цієї галузі відіграли інноваційні маркетингові рішення, пов'язані з інтенсифікацією міжнародних доставок та електронної торгівлі. В свій час, інноваційним рішенням, яке частково навіть випереджало час, було створення мобільного додатку підприємства, де Відправники та Отримувачі мали змогу швидко відслідкувати свою доставку, використати додаткові сервіси тощо.

Завдяки своїм своєчасним рішенням та вдалій побудові маркетингової діяльності, ТОВ «Нова Пошта» займає 2/3 частки ринку кур'єрських та поштових доставок в Україні. Варто зазначити, що останні декілька років підприємство також проваджує багато нових маркетингових проєктів, які дозволяють їй все більше нарошувати потужності [4, с.112].

На нашу думку, одним із останніх найпотужніших маркетингових проєктів в цій сфері є саме «NPShopping» та розширення можливостей міжнародних доставок. Вже восени 2022 року, «Нова Пошта» відкривала свої перші відділення в Польщі [5]. До такого рішення вони частково прийшли за рахунок великої кількості українських біженців. Можливо, підприємство попередньо вже розглядали таку можливість, але адаптація під зміни середовища однозначно пришвидшила цей процес.

У висновку, ми бачимо, що сфера логістичних послуг є перспективною для розвитку, саме тому підприємства сфери запроваджують інноваційні маркетингові проєкти, які можуть забезпечувати їх конкурентоспроможність не лише на ринку України, а й за її межами. Подібні проєкти та рішення матимуть значний вплив при відновленні економіки країни та зможуть підтримувати забезпечення країни.

Список використаних джерел

1. Зяйлик М. Ф., Горин Р. І. Підвищення ролі логістичних послуг в Україні. *Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка:*

Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу. 2022. с.44-45

2. Гринкевич С. С., Сірик З. О., Пилипів Н. І. Сучасні особливості розвитку логістичної системи залізничних перевезень. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. № 3. С. 146-151.

3. Пісня Д. А., Цимбалістова О. А. Ринок логістичних послуг в Україні. *Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку: Матеріали доповідей X науково-практичної конференції з міжнародною участю (1 листопада 2021 р.). X.: Видавництво Іванченка І. С., 2021. с.394-395*

4. Торяник, В. В., Іваннікова М. М. Аналіз маркетингового середовища логістичного підприємства на прикладі ТОВ «Нова пошта». 2022. с.111-116

5. Ткачук І. DOU.UA. Від неоплачуваних відпусток для розробників до виходу на ринок Польщі. Як «Нова Пошта» ледь не зазнала краху і що відбувається в компанії зараз. 13.12.2022 URL: <https://dou.ua/lenta/interviews/interview-with-nova-post> (дата звернення 20.04.2023)

UBC 338.146

APPLICATION OF AI TECHNOLOGIES IN MARKETING CAMPAIGNS

DIANA FAYVISHENKO, YEVA FAIVISHENKO

State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

Every year, the relevance of artificial intelligence research as a field that explores the limitations and tools of mechanical systems for acquiring, processing, and applying knowledge and skills changes and acquires new forms and content. The application of artificial intelligence technologies is rapidly developing and spreading to various industries. Modern AI algorithms are used in marketing to determine the effectiveness of advertising banners on various platforms and help optimize marketing processes.

Currently, there are three main areas of interaction between digital marketing and artificial intelligence:

1. Personalized marketing: Artificial intelligence helps to create individual marketing strategies for each client, taking into account their online behavior, interests, and preferences. By analyzing data from website visits, social media, and emails, the AI system can select individualized content and advertising for each user.

2. Big data analysis: Big data is an important element in marketing. AI systems can analyze and process large amounts of data to identify trends, understand consumer needs, and predict the results of marketing campaigns.

3. Improving search engine optimization: Artificial intelligence is used to optimize the search engine optimization (SEO) process. By analyzing user behavior and search engine queries, AI systems can provide recommendations on keywords to use on a website and optimize other parameters that affect search engine rankings [1].

For personalized marketing, AI tools can be used to collect and process data, identify connections and patterns in user behavior, and predict their actions. Here are some of the tools used in personalized marketing: