

підприємства потрібно оцінити доцільність знаходження співробітників у штаті підприємства, оскільки з урахуванням технологій аутсорсингу, що розвиваються, можна оптимізувати навантаження фахівців з мотивації та фонд оплати праці, отримавши необхідний результат виконання послуги у компанії-провайдера, що має спеціалізацію і необхідну експертизу.

УДК 656.13

ЩОДО НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ СПРИЯННЯ ЗМІНАМ У ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

NEW TECHNOLOGIES PROMOTING CHANGES IN THE TRANSPORT AND LOGISTICS INDUSTRY

***К.Б. Гусакова, канд. екон. наук Н.А. Бочарова**
Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків)*

***K.B. Husakova, N.A. Bocharova PhD (Econ)**
Kharkiv National Automobile and Road University (Kharkiv)*

Технології постійно розвиваються, і будь-який власник бізнесу знає, що випереджати сучасні тенденції – це один із найважливіших способів залишатися актуальним. Але небагато галузей промисловості так сильно постраждали від останніх подій, як логістика та транспортний бізнес. Малі підприємства, які раніше ніколи не мали доступу до значущого ланцюжка поставок, тепер можуть конкурувати з набагато більшими підприємствами, і це створює безліч можливостей для логістичних компаній. Але компанії, які втрачають актуальність на ринку за допомогою продуманих технологій розробки та сучасного програмного забезпечення, наприклад, використання логістичного додатку, не мають шансів на успіх.

Логістика – складна, але швидко розвиваюча галузь. За останнє десятиліття транспортно-логістичний сектор зазнав колосальних змін, пов'язаних із зростанням міжнародної торгівлі, прискореною цифровізацією, зокрема, розвитком електронної комерції, впровадженням нових технологій в основні логістичні процеси та операції. Цифровізація підвищує ефективність основних процесів транспортно-логістичних послуг, покращує точність планування та прогнозування, а також швидко обробляє вхідні запити на вантажі, що доставляються.

У наш час використання інноваційного підходу не тільки важливо, але й життєво необхідно. Це пов'язано, насамперед, із мінливими потребами клієнтів логістичних компаній, які вимагають, щоб їхні товари та послуги доставлялися в різні куточки світу ще швидше та дешевше, ніж будь-коли. Тому компанії повинні адаптуватися до очікувань споживачів, беручи до уваги прогнози з економічного спаду та конкурентів на зовнішньому ринку.

Сьогодні, коли все більше торгових компаній переходять в Інтернет, зростає потреба в оптимізації процесів управління даними та якісному дистанційному обслуговуванні клієнтів. Для цього створюються і активно використовуються програми (логістичні додатки), за допомогою яких можна автоматично аналізувати мільйони замовлень в інтернет-магазинах, визначати рівень споживчого попиту та прогнозувати розвиток онлайн-бізнесу в довгостроковій перспективі. Це дозволяє проводити автоматизацію щоденних операцій: збір даних, пошук інформації про клієнтів, розпізнавання документів (комп'ютерний зір); робити управління складом: прогнозування попиту, сортування запасів, розрахунок резервних фондів; підвищувати ефективність обробки транзакцій та прогнозування майбутніх фінансових показників на основі аналізу ринку.

Сучасна розробка логістичних додатків (технології GPS) для транспортно-логістичної галузі пропонує створення оптимальних маршрутів для перевезень з попереднім аналізом погодних та дорожніх умов, зручні автоматизовані функції для водіїв (автоматичні сповіщення, альтернативні маршрути відповідно до умов дорожнього руху тощо); встановлення зв'язку з водіями та постачальниками для підвищення ефективності доставки.

Тенденції логічно-транспортних технологій призводять до широкомасштабного переходу до наскрізної цифровізації та загального зростання інтересу до цифрових технологій серед зацікавлених сторін [1]. З метою спрощення процесів, підвищення ефективності, а також безпеки та з'єднання глобальних ланцюжків поставок, бізнес активно запроваджує технологічні інновації, які допомагають розвитку торгової діяльності, нових технологій у логістиці, зміцненню позицій на внутрішньому ринку чи виведенні бізнесу на глобальний рівень. А це, в свою чергу, призведе до економії коштів і фінансової цілісності в довгостроковій перспективі; не тільки знизить витрати на кожне транспортування, але й заощадить багато часу для компанії на весь процес, який зазвичай займає дні й навіть тижні.

У логістичній галузі необхідні інноваційні моделі, цифрова трансформація та правильний підхід до виконання поставок. Галузь логістики має великий потенціал для інновацій, і технології можуть допомогти як за розміром, так і за швидкістю, що призведе до позитивної економічної вигоди.

[1] Гринів, Н.Т. Логістичні процедури транспортних технологій / Н. Т. Гринів, С. В. Гагарін, Т. Б. Данилович. – URL: http://vlp.com.ua/files/32_6.pdf.

[2] Бортнік, С. М. Місце України у світових рейтингах розвитку транспортно-логістичної інфраструктури / С. М. Бортнік // Науковий журнал «Український журнал прикладної економіки», 2020. – URL: <http://ujae.org.ua/mistse-ukrayiny-u-svitovyh-rejtyngah-rozvytku-transportno-logistychnoyi-infrastruktury/>.

[3] DHL Freight, “Logistics Trends 2022: The Future of Logistics Is Digital and Sustainable”, 2022

[4] Шрамко Н. В., Шкабура В. В., Мохонько Г. А. Цифровізація проектної діяльності в логістиці. Економіка, облік, фінанси та право: пріоритети розвитку в умовах глобалізації : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 5 груд. 2019 р.) матеріали VIII збір., Полтава, 2019. С.31-32

УДК 339.138

ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ЦИФРОВІЙ ПЛОЩИНІ

MARKETING INTERACTION PROSPECTS IN THE DIGITAL AREA

канд. екон. наук Т.В. Деділова¹, А.К. Согомонян¹

¹*Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків)*

T.V.Dedilova¹, PhD (Econ.), A.K. Sohomonian¹

¹*Kharkiv National Automobile and Highway University (Kharkiv)*

Цифровий маркетинг вкрай важливий для сучасного бізнесу, оскільки дозволяє досягти більшої ефективності, продуктивно взаємодіяти зі споживачами та пристосовуватися до змін в цифровому середовищі. Він стає необхідним інструментом для підприємств будь-якого розміру, які бажають збільшити свою конкурентоспроможність та досягти успіху на ринку. Взаємодія у площині цифрового маркетингу є одним з найважливіших аспектів сучасного бізнесу і має численні переваги.

Зокрема, однією із переваг такої взаємодії є глобальне охоплення аудиторії. Цифровий маркетинг дозволяє залучати аудиторію з усього світу без обмежень географічних меж. Інтернет забезпечує доступ до міжнародних ринків, дозволяючи підприємствам привертати увагу потенційних клієнтів з різних країн.

Також він надає можливість створювати персоналізовані та цільові кампанії з використанням даних про споживачів. За допомогою аналітики та інструментів визначення цільової аудиторії, компанії можуть точно спрямовувати свої маркетингові зусилля на потенційних клієнтів, забезпечуючи більшу ефективність і вищий рівень конверсії.

Цифровий маркетинг пропонує безліч каналів комунікації, таких як