

На базі мобільного застосунку «Укрзалізниця» можливо впровадити просту бонусну модель із поетапним розширенням функціоналу. Першим кроком може стати нарахування балів за поїздки Інтерсіті+, що не вимагає значних інвестицій у інфраструктуру.

Цифрові інструменти формування лояльності є необхідною складовою сучасної стратегії залізничного перевізника. Їх впровадження дозволить посилити емоційний зв'язок клієнта з оператором, підвищити повторну купівлю, отримати конкурентну перевагу у межах мультимодального ринку.

В Україні доцільно реалізовувати етапну стратегію впровадження, починаючи з найменш затратних цифрових інструментів.

[1] Шматкова Л.О. Цифрові технології в маркетингу послуг: монографія. — Київ: КНЕУ, 2021.

[2] Чередниченко О.Ю. Маркетингові інструменти взаємодії з пасажирями на транспорті // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2022. — №78.

УДК 658; 339

### ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ У МАРКЕТИНГОВУ СТРАТЕГІЮ ГЛОБАЛЬНИХ ЛІДЕРІВ ЗАЛІЗНИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

### IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE PROJECTS INTO THE MARKETING STRATEGY OF GLOBAL LEADERS OF RAILWAY INFRASTRUCTURE

*О.Б. Мних, докт. економ. наук, професор  
Національний університет «Львівська політехніка»*

*O.B. Mnykh, D. Sc. (Econ.), Professor  
National University "Lviv Polytechnic"*

Високотехнологічні компанії в умовах високої невизначеності ринків у 21ст. шукають ділових партнерів для вигідного інвестування в інноваційні проекти для вирішення серйозних проблем залізничного транспорту, які прямо та опосередковано пов'язані із стійким розвитком економіки майбутнього, суспільною орієнтацією маркетингу для вирішення вкрай важливих соціально-економічних задач, зокрема, розбудови зруйнованої війною економіки України. Це означає, що маркетингова концепція залізничної інфраструктури зачіпає фундаментальні основи інноваційної економіки та її ресурсного забезпечення – інвестиційного, кадрового, інформаційного, логістичного,

що змінює функціональне завантаження традиційних галузей економіки та систему оцінювання якості послуг. Відповідно, потребують відповіді на питання: які критерії і стратегічні пріоритети для оцінювання якості економічного зростання; хто зможе бути співучасником складних науково-дослідних розробок, проведення яких потребує забезпечення високого рівня кібербезпеки у стратегічно важливій галузі, якою виступає залізнична індустрія; яким чином темпи розвитку залізничної індустрії корелюють із іншими галузями транспортної індустрії- автомобільною та інноваційними компаніями - постачальниками композитних та інших будівельних матеріалів, із діяльністю стартапів в ІТ-секторі.

Цифрова платформа великих даних та штучного інтелекту [StartUs Insights Discovery Platform](#), охоплює понад 4,7 мільйона світових компаній, а також понад 20 тисяч технологій. Технологічні ринки стали центром взаємодії бізнес-інтересів лідерів залізничної інфраструктури і центром концентрації трансакцій, інтелектуального і фінансового капіталу: у 2024р. сектор отримав понад 30550 патентів та понад 2140 грантів [1]. На ці аспекти особливу увагу звертає проф. В.Л. Дикань [2]. Високошвидкісні поїзди нарощують потужності і можуть успішно конкурувати з автомобільним, повітряним та звичайним залізничним сполученням на маршрутах із щільним рухом, що свідчить про розширення ринку товарів субститутів і товарів-комплементів з різними рівнями еластичності попиту і пропозиції. Динамічні ринкові ситуації потребують перегляду моделей планування і прогнозування і систем гнучкого ціноутворення всіх учасників логістичного ланцюга –постачальників транспортних послуг..

Штучний інтелект та Інтернет речей спроможні об'єднати кожную частину залізничної системи. Відповідно, збагачується функціонал комунікаційного маркетингу із збільшенням числа взаємодії учасників ринкових і суспільних відносин. До найбільших і найвпливовіших гравців у секторі європейської залізничної інфраструктури включають Siemens AG (Німеччина), Alstom (Франція), Stadler Rail (Швейцарія), CAF (Construcciones y Auxiliar de Ferrocarriles) (Іспанія), Hitachi Rail (Великобританія), VINCI, ACS Group [3]. Всі інші учасники залізничної інфраструктури змушені адаптуватися до правил ринкової гри і коригувати бізнес-моделі і стратегії розвитку, щоб втриматися «на плаву» [4].

Зважаючи на дороговартісні інфраструктурні проекти з високими інноваційними ризиками щодо окупності інвестицій, маркетингова стратегія компаній залізничної індустрії повинна розглядатися як складова довготривалої стратегії цифровізації макроекономіки і міжнародної економіки, яка охоплює об'єктно-суб'єктний аналіз на різних рівнях управління, де держава та корпоративні структури виступають як ринкові агенти.. Штучний інтелект і зелені технології істотно змінюють ландшафт

транспортної інфраструктури, структуру галузевих і міжнародних ринків, ділові цикли в суміжних галузях і загалом - систему ділового стратегічного партнерства. В умовах війни РФ проти України особливої гостроти набуло питання про якість пакету послуг, у т.ч. безпека і мобільність, де фактор часу має вирішальне значення для життєдіяльності всього суспільства.

[1] Explore the Rail Industry Report 2024.- URL:<https://www.startus-insights.com/innovators-guide/rail-industry-report>

[2] Дикань В. Л. Digital-маркетинг як інструмент нарощення вартості підприємств в умовах цифровізації / В. Л. Дикань, М. С. Кужавський. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. - 2022. - № 80. - С. 21-32. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp\\_2022\\_80\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2022_80_4)

[3] The Economics of Investment in High-Speed Rail.-URL: [https://www.oecd.org/en/publications/the-economics-of-investment-in-high-speed-rail\\_9789282107751-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/the-economics-of-investment-in-high-speed-rail_9789282107751-en.html)

[4] Research and Markets/-URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2025/04/29/3069895/0/en/Europe-Rail-Composites-Market-Analysis-and-Forecast-2024-2034-Europe>

УДК 656.078

### СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНИХ КОМПАНІЙ

#### CURRENT TRENDS IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TRANSPORT COMPANIES

*докт. екон. наук Г. В. Обруч, М. Д. Челомбітько,  
Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)*

*D. Sc. (Econ.) H. V. Obruch, M. D. Chelombitko,  
Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)*

Сьогодні транспортний сектор переживає трансформаційні зміни, викликані як змінами в регуляторному середовищі і зростанням вимог споживачів до рівня транспортно-логістичного обслуговування, так і глобальними екологічними викликами. У відповідь на останні транспортні компанії впроваджують екологічні види транспорту, застосовують рішення з інтелектуальної мобільності та цифрові системи управління перевезеннями. Завдяки розбудові нових транспортних шляхів і використанню новачійних підходів та рішень у транспортній галузі регіони стають дедалі більш взаємопов'язаними, що стимулює економічне зростання та підвищує ефективність перевезення як вантажів, так і населення. Зважаючи на прискорення урбанізації і зростання попиту на транспортні послуги, важливу увагу слід приділити зменшенню викидів, покращенню безпеки руху та забезпечення доступності послуг. Тобто нині