

**ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: СУЧАСНИЙ СТАН,
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ**

© Скіцько В.І., 2018

Постійний розвиток цифрових технологій та їх широке розповсюдження у бізнесі та повсякденному житті спонукали до появи нової дефініції «цифрова економіка», що визначається як «діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані як числові, так і текстові» [1].

Впровадження цифрових технологій у бізнесі зумовлює зміни існуючих та появу нових бізнес-процесів, що може різним чином вплинути на функціонування економічних систем, в тому числі й логістичних. Зокрема, в умовах цифрової економіки ланцюгам постачання як логістичним системам буде властива не сьогочасна лінійна структура, а мережна [2, 3]. Вже зараз лінійні ланцюги постачання поступово перетворюються в динамічні взаємопов'язані відкриті системи постачання – цифрові мережі постачання, в яких інформаційні потоки протікають безперервно та можуть бути одночасно доступні учасникам мережі відповідно їхньому рівню доступу до інформації [3].

Згідно [4] переважна більшість керівників компаній у сфері логістики вважають, що цифрові технології кардинально змінять логістичні процеси в найближчому майбутньому, проте більше половина з них зазначають, що в їхніх компаніях наразі відсутня сформована стратегія розвитку компаній з врахуванням цифрових технологій. Можна припустити, що відсутність такої стратегії може вплинути на результат використання цифрових технологій у логістичних системах, зокрема, через їх ефект синергії, який виникає від скоординованого їх використання [5]. Деякі зміни, які можуть мати місце в логістичних системах цифрової економіки, досліджено, зокрема в [6].

Незворотність та важливість змін у логістичних системах, зумовлених цифровими технологіями, підтверджується низкою досліджень провідних світових компаній (наприклад, [2, 3, 7-9]). Наприклад, актуальними цифровими технологіями найближчого майбутнього для логістичних систем будуть Великі Дані, Інтернет Речей, Хмарні обчислення, Автономні роботи [7]. Можна припустити, що однієї із основних цифрових технологій є Інтернет Речей, завдяки якому все поєднується з усім. Проте стримуючим фактором розвитку Інтернету Речей є не лише швидкість та проникнення Інтернету, а й кількість підключених до нього пристроїв (фізичних об'єктів), питання стандартизації та кібербезпеки. Останні два фактори є актуальними для усіх цифрових технологій логістичних систем через велику кількість задіяних сторін; генерування, передачу, зберігання, обробку великих обсягів даних; виконання великої кількості логістичних операцій тощо.

Не дивлячись на те, що цифрові технології займають дедалі значуще місце в логістичних системах, інтелектуально-трудові ресурси все ще залишаються основними, проте потребують сучасної професійної підготовки в контексті цифрової економіки. А це у свою чергу вимагає здійснення навчання згідно навчальних планів та програм, які відображають останні тенденції розвитку світової економіки.

1. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p>
2. Schrauf S., Berttram P. Industry 4.0: How digitization makes the supply chain more efficient, agile, and customer-focused. PwC Strategy&. September 7, 2016. URL: <https://www.strategyand.pwc.com/reports/industry4.0>

3. *Mussomeli A., Gish D., Laaper S. The rise of the digital supply network. December 01, 2016. URL: <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/industry-4-0/digital-transformation-in-supply-chain.html>*
4. *Mahajan S., Sandip Saha S., Macias A. Analytics: Laying the Foundation for Supply Chain Digital Transformation. November, 2017 URL: <https://www.thehackettgroup.com/wp-content/uploads/2017/12/hackett-analytics-supply-chain-digital-1711.pdf>*
5. *Скіцько В.І. Синергія цифрових технологій в логістичних системах // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – №16. – С.18-24*
6. *Скіцько В.І. Логістика в Індустрії 4.0 // Економіка та держава. – 2016. – №4. – С. 28-33.*
7. *Logistics Trend Radar. Version 2018/19. URL: <https://www.logistics.dhl/global-en/home/insights-and-innovation/thought-leadership/trend-reports/logistics-trend-radar.html>*
8. *Kersten W., Seiter M., von See B., Hackius N., Maurer, T. Trends and Strategies in Logistics and Supply Chain Management. Digital Transformation Opportunities. DVV Media Group GmbH, Bremen. 2017. 71p. URL: <https://logistikrends.bvl.de/en>*
9. *Maersk and IBM to form joint venture applying blockchain to improve global trade and digitise supply chains. January 16, 2018. URL: <https://maersk.com/press/press-release-archive/maersk-and-ibm-to-form-joint-venture>*

К.З. СТАСЮК

Національний університет "Львівська політехніка"

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

© Стасюк К.З., 2018

Складна економічна ситуація в Україні є поштовхом для пошуку нових методів оптимізації бізнес процесів. Як показує світовий досвід вирішенням багатьох проблем може бути використання інформаційних технологій. Нові методи використання інформаційних технологій впливають на форми і методи маркетингової діяльності та, як результат, дають поштовх до появи та розвитку нової форми – цифровий маркетинг. На даний час цифровий маркетинг набув неабиякої популярності у високо розвинутих країнах. Сучасні способи ведення бізнесу використовують цифровий маркетинг, як один з базових компонентів інформаційних рішень. Дослідження консалтингової компанії «Cargemini Consulting» та Центру цифрового бізнесу (Массачусетський технологічний університет) свідчать, що підприємства, які використовують у своїй діяльності можливості цифрового маркетингу, є на 26% ефективнішими за своїх конкурентів та колег, хто є менш прогресивним [1].

Цифровий маркетинг є новою прогресивною формою реалізації концепції маркетингу XXI сторіччя та відкриває низку можливостей для ведення бізнесу. Цифровий маркетинг є новим етапом еволюції інтернет-маркетингу та передбачає використання найновіших технологій, даних та пристроїв у цифровій формі для просування товарів чи послуг по цифрових каналах. Основною метою є персоналізоване відношення та постійний діалог з споживачами.

У сучасних умовах цифровий маркетинг має низку переваг, основними з яких є: адресність, відсутність територіальних обмежень, інтерактивність, управління в режимі реального часу.

Основними тенденціями цифрового маркетингу у 2018 році є соціальні мережі, відео, чат-боти та нативна реклама[2, 3].

Ще недавно роль соціальних мереж була не достатньо оціненою, проте зараз поширеною є нова стратегія, яка передбачає оплату блогерів, влогерів та лідерів соціальних мереж з великою аудиторією читачів на YouTube, Facebook, Instagram, Twitter або Snapchat. Їх відгуки, фотографії та