

компаній, брендів симпатії в соціальних мережах – шляхом виставлення речей з логотипами, участь у заходах компаній, чи акціях.

Багато ключових завдань інтернет-маркетингу можливі завдяки розвитку інформаційних технологій, які є сучасними, інтерактивними і дуже швидко розвиваються [1], зокрема, деякі з них:

– завдяки розвитку технологій оплати зі смартфонів більше користувачів будуть купувати товари в онлайн. До кінця 2018 р. покупки зі смартфона досягнуть 70% в e-commerce-трафіку (84% молоді у віці 18-29 років використовують мобільний для купівлі товарів);

- Google express e-commerce platform – наприклад, роздрібна мережа Walmart організувала можливість замовлення декількох тисяч товарів за допомогою голосу на цій платформі. Також компанія планує додати можливість замовлення товарів в офлайн-магазин за допомогою пристрою Google Home;

- додаток Houzz – використовується для ремонту і дизайну будинку, щоб сфотографувати свій будинок і мати можливість додати до нього різні 500 000 інтер'єрних ідей. За даними компанії, функціональність додатка утримує споживачів і в 11 разів підвищує ймовірність покупки;

- інструменти візуального пошуку eBay – завдяки ним користувачі можуть завантажити у додаток фотографію і знайти подібну продукцію на сайті;

- компанія Netflix розділила 93 млн. користувачів на 1300 груп за інтересами і створює рекомендації, базуючись на перевагах цих груп;

- Google-інструмент Brand lift – надає можливість дізнатися про популярність бренду. Вимірюється аудиторія на основі експериментальної і контрольної груп, тому точність дослідження висока. В процесі опитування цих груп результати допомагають оцінити ефективність і відповідно оптимізувати покази рекламних відео, знайти із загального списку саме тих користувачів, з якими доцільно працювати [2];

- налаштування реклами часто супроводжується додатковим ретаргетингом, проте варто добре його продумувати. За даними [3] 77% респондентів зазначили, що вони отримують занадто багато реклам, як ретаргетинг. Така ситуація трапляється через те, що це може навіть кожного разу нова «історія» про компанію, але компанія не завжди може отримати дані про активність потенційних клієнтів у різних інтернет-каналах; та ін.

1. *Тренди E-commerce 2018.* – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/ecommerceuk/trends-e-commerce-2018-year/>
2. *Brand Lift.* – Режим доступу: <https://www.thinkwithgoogle.com/products/brand-lift/>
3. *Marketers spend billions to retarget ads to customers and annoy them with their repetitive messaging.* – Режим доступу: https://marketingland.com/without-identity-retailer-ad-retargeting-misses-the-mark-247185?utm_campaign=socialflow&utm_medium=social&utm_source=facebook

О.С. ДОВГУНЬ, С.І. РУДА

Національний університет "Львівська політехніка"

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

© Довгунь О.С., Руда С.І., 2018

Транспортно-логістична інфраструктура є сполучною ланкою між виробництвом і споживанням, обслуговує процес руху товару, створює необхідні умови для задоволення попиту, скорочення часу реалізації товарів та зниження витрат руху товару і цін.

В Україні функціонує розгалужена мережа всіх видів транспорту: залізничний, автомобільний, морський, річковий, повітряний, трубопровідний. Усі вони тісно пов'язані між собою і взаємно доповнюють один одного. Основними показниками ефективності роботи транспорту є

вантажоперевезення та вантажообіг. Інтенсивність вантажоперевезень залежить від стану економіки країни, активності її суб'єктів на внутрішньому і зовнішньому ринках. Для того, щоб в широких межах оптимізувати витрати на логістику в залежності від конкретного виду вантажу: вибрати маршрут, тип автомобіля, необхідне причіпне обладнання, потрібно обрати такий вид транспорту, який надасть можливість гнучко управляти вантажоперевезеннями.

На основі офіційної статистики Державної служби статистики України за 2018 рік [1], можна проаналізувати діяльність усіх видів транспорту та визначити який вид транспорту найпопулярніший (див. табл.1).

Таблиця 1. Вантажооборот та обсяги перевезень вантажів у січні-серпні 2018 року [1]

	Вантажооборот		Обсяг перевезених вантажів	
	млн.ткм	у % до січня-серпня 2017р.	млн.т	у % до січня-серпня 2017р.
Транспорт	219664,1	97,6	409,9	99,0
залізничний	122889,2	97,5	212,9	95,5
автомобільний	27643,7	106,0	120,9	107,6
водний	2261,7	78,6	3,6	98,1
трубопровідний	66659,1	95,4	72,4	96,5
авіаційний	210,4	133,5	0,1	121,8

У січні-серпні 2018 р. обсяги вантажообороту знизились на 2,4%. Основними стримуючими факторами є блокада транспортного сполучення в Донецькій та Луганській області та збереження проблем з дефіцитом рухомого складу залізничного транспорту. У 2017р. «Укрзалізниця» збільшила обсяги перевезень та покращила свою виробничу ефективність [2]. Проте, помітна тенденція зменшення обсягів перевезених вантажів на 4,5% та вантажообороту на 2,5% в порівнянні до січня-серпня 2017 р. В свою чергу, обсяги перевезених вантажів автомобільним транспортом зросли на 7,6% та 6% відповідно. Основним позитивним фактором був попит на дальні перевезення з боку підприємств реального сектору економіки для задоволення високого внутрішнього інвестиційного та споживчого, а також зовнішнього попиту. У січні-серпні 2018 року також помітне збільшення вантажообороту на 33,5% та обсягів перевезених вантажів на 21,8% авіаційного транспорту. Важлива роль полягає у забезпеченні пасажирських перевезень та доставці термінових вантажів на великі відстані. Негативна тенденція спостерігається на водному і трубопровідному транспортах, помітне зменшення вантажообороту на 4,6% і 3,5% у порівнянні до січня-серпня 2017 р. Це пояснюється зменшенням дальності відправлення вантажів та пропозиції послуг, наданих морським та річковим транспортом.

Таким чином, можна підсумувати, що основними проблемами розвитку всіх видів транспорту в Україні є невідповідна до європейської якості шляхів сполучення та сервісного обслуговування, практична відсутність швидкісних магістралей із багатостороннім рухом, технічна зношеність ТЗ, непрозорість надання послуг та ін. Подальші вдосконалення транспортної інфраструктури для України, зокрема, розглядаються у завданнях інвестиційного плану Світового Банку щодо перспектив розвитку Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T), презентації концепції безпеки дорожнього руху, інших заходах та програмах сприяння [3].

1. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс].// – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. У 2017 році Укрзалізниця збільшила обсяги перевезень та покращила свою виробничу ефективність. [Електронний ресурс] // – Режим доступу: https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/468292/
3. 2,3 млрд. євро до 2030 р. на розвиток інфраструктури в Україні [Електронний ресурс] // – Режим доступу : <https://logistics-ukraine.com/>