

Отже, діджиталізація для бізнесу, а саме для підприємств є еволюційним та органічним процесом, який вже сформував нові умови гри на ринку. Тому сьогодні генеруються прогресивні форми модернізації бізнес-процесів, під впливом яких змінюється не лише структура суб'єктів ринку, а і технологія управління ними. А сам розвиток цифрових бізнес-процесів на підприємствах сприяє: підготовці кваліфікованих кадрів, які спеціалізуються на електронних комунікаціях; розвитку нових сервісів для зручних онлайн замовлень; розвитку і вдосконаленні систем електронних платежів; оптимізації бізнес-процесів у сфері логістики та збуту.

1. Лазебник Л.Л. Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства // Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2018.

2. Бізнес-процеси в умовах діджиталізації економіки [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2019/05/5.pdf>

3. Цифрова трансформація як ліфт у майбутнє [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/cyfrova-transformaciya-yak-lift-u-majbutnye>

4. Synyutka N., Kurylo O., Bondarchuk M. Digitalization of Public Procurement: the Case Study of Ukraine. *Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska, Sectio H*. 2019. Vol. 53. № 3. P. 61-71. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://journals.umcs.pl/h/article/view/9273>

Рачинська Г.В., Дремлюга М.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

Інноваційна реклама є одним з найбільш цікавих видів нестандартної реклами. Багато товарів і послуг мають вузьку спеціалізацію і обмежене коло споживачів, охопити який за допомогою традиційної реклами складно і витратно. Нестандартна реклама виділяється із загального потоку оголошень, роликів, постерів новизною в подачі інформації, незвичайним розміщенням або новими технологіями. Переваги нестандартної реклами полягають у більш ефективному впливі на споживачів

Рівень інноваційного забезпечення рекламного ринку має стосуватися не тільки самих інструментів, а й нового ставлення до вподобань споживачів. Такі методи на сьогодні використовуються у світі й частково в Україні, адже рекламні агентства розуміють, що зацікавити аудиторію стає все складніше і необхідно впроваджувати більш інноваційні підходи для формування конкурентних переваг товарів [1].

Інновації в рекламі поступово беруть гору над традиційними методами, ураховуючи настрій споживачів, які втомилися від одноманітності, і дефіцит рекламних площ; швидше за все, традиційна реклама найближчим часом відійде на другий план. Уся справа в тому, що інноваційні рекламні технології більш захоплюючі, легко засвоювані та ефективні. Серед найбільш перспективних і вже зарекомендованих видів реклами за кордоном та в Україні є відеореклама в місцях масового скупчення людей з використанням технології InDoor TV. За оцінками фахівців, вона привертає увагу більше 90% потенційних покупців. Її основна відмінність від простих 3D технологій полягає в можливості сприйняття тривимірних зображень без використання додаткових засобів, таких як спеціальні шоломи або стереоокуляри. Реклама з використанням X3D video набула поширення у сфері комп'ютерних технологій, а також банківської та продуктової [2].

Інша інновація сучасної реклами – технологія інтерактивної взаємодії Just Touch, що з'явилася в США на початку XXI ст. Вона дозволяє відстежувати рух рук споживача і з їх допомогою управляти функціями меню, розташованого на спеціальному табло. Споживач має можливість легко знайти потрібну йому інформацію, перевірити наявність товару, ознайомитися з програмою закладу, при цьому в полі його зору постійно потрапляє логотип рекламного бренду [2]. Великим ефектом впливу володіє ще одна інновація – технологія

Ground FX, яка представляє собою надсучасну інтерактивну проекцію. Ця технологія дозволяє споживачеві не просто спостерігати за рекламним сюжетом, а й брати в ньому участь, що досягається шляхом проектування об'ємного зображення на плоску поверхню [2].

Комітет ІнаУ з питань інтернет-реклами оприлюднив дані моніторингу інтернет-проникнення в Україні, яке на замовлення ІнаУ виконала дослідницька компанія Factum Group.

Виявлено кілька цікавих фактів і тенденцій:

У 2019 році вперше за останні 3 роки відбулось значне зростання інтернет-проникнення в Україні (відсоткова кількість інтернет-користувачів від загальної кількості населення). Цей показник зріс одразу на 6-7%. Однією з причин такого зростання є «смартфонізація» населення. На сьогодні 22% користувачів виходять в Інтернет виключно за допомогою смартфонів. Зростання відбулось передусім за рахунок сіл та невеликих міст. Рівень проникнення в цих населених пунктах поступово наближається до показника великих міст. Майже все населення України віком до 35 років є інтернет-користувачами [3].

Вже у 2019 році 22,9 млн (51% населення) українців користуються Інтернетом, і з кожним днем ця цифра зростає. Про це йдеться у дослідженні Factum Group для Інтернет-асоціації України за третій квартал 2019 року. Уперше за три роки кількість інтернет-користувачів зросла на 7% – до 71%. [4].

Викладене дозволяє дійти висновків, що інновація в рекламному бізнесі набуває неабиякого значення з огляду на те, що сама рекламна сфера є важливим джерелом податкових надходжень у державі, виступає чинником підвищення зайнятості, виконує функцію стимулювати споживання з метою підтримки рівня економічної активності, забезпечує стратегічні переваги й перспективи як для окремих підприємств, так і для цілих галузей чи регіонів. Основні тенденції функціонування рекламного ринку в Україні визначаються впливом як глобалізаційних процесів, так і особливостями національного економічного та соціокультурного розвитку. Значну увагу слід приділяти питанням адаптації рекламної сфери до умов глобалізації, зокрема отримання конкурентних переваг, пов'язаних з інноваціями та людським капіталом.

1. Степаненко С. Прогноз основных тенденций развития рынка рекламы и маркетинговой активности / Маркетинг и реклама. №1(208). 2014. С. 24-25.

2. Чухломіна І.П., Матвеева О.О. Медіа-планування рекламної кампанії на підприємстві / Маркетинг. 2015. № 58. 64 с.

3. В Україні значно виросла інтернет-пенетрація [Електронний ресурс] // Інтернет Асоціація України (ІнаУ). Режим доступу: <https://inau.ua/news/v-ukrayini-znachno-vyrosla-internet-penetraciya>

4. Скільки українців користуються інтернетом – дослідження. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/290161-skilki-ukrayintsiv-koristuyutsya-internetom-doslidzhennya>

Рикванова І.С.

Національний університет «Львівська політехніка»

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОМБІНОВАНИХ/КОНТРЕЙЛЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ АТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»

Сучасний світовий транспортний ринок, як складова системи постачання, представлений не надто великим числом видів транспорту із використанням якого компанії з перевезень надають послуги величезній чисельності споживачів. Задля утримання конкурентних позицій на ринку компанії з надання транспортних послуг сьогодні спираються у більшості випадків не на цінову конкуренцію, а на розширення асортименту та на якість транспортного обслуговування як вантажовідправників, так й вантажоотримувачів.

Найбільш поширеним на сьогодні вважається автомобільний транспорт – не дивлячись на значно більшу вартість транспортування він має ряд переваг перед залізничним, морським