

та кінцевими замовниками. Використання принципів інтегрованого управління ланцюгами постачання дозволяє досягти синергії в роботі усіх учасників та підвищити загальну ефективність реалізації проекту.

Враховуючи глобальні тенденції до сталого розвитку, логістичне забезпечення транспортних проектів також включає екологічні аспекти, такі як мінімізація викидів шкідливих речовин, оптимізація маршрутів з метою зменшення витрат палива та вибір екологічно безпечних матеріалів. Це не лише покращує екологічні показники, а й підвищує імідж проекту та компанії загалом.

Таким чином, логістичне забезпечення проектної діяльності на транспорті є важливою складовою успішної реалізації проектів і багатокомпонентним процесом, який потребує чіткої координації, ефективного управління ресурсами та використання сучасних технологій для досягнення максимальної ефективності проектів, особливо в умовах високої мобільності та складних ланцюгів постачання. Основні задачі логістики включають організацію перевезень, управління запасами, планування маршрутів та координацію роботи учасників проекту. Успішне логістичне забезпечення дозволяє мінімізувати затримки, скоротити витрати і підвищити ефективність роботи транспорту. Інтеграція сучасних інформаційних технологій, таких як системи управління транспортом та моніторингу ресурсів, допомагає оптимізувати операції, що сприяє якісному логістичному забезпеченню та досягненню цілей проекту, знижуючи ризики, підвищуючи конкурентоспроможність і адаптивність транспортних підприємств до змін.

Перелік використаної літератури

1. Організація та проектування логістичних систем : підручник / М. П. Денисенко, Л. Г. Шморгун, В. С. Маруніч, В. С. Харута. К. : Міленіум, 2016. 387 с.

2. Гурч Л.М. Проектування логістичних транспортних систем. *Вісник Національного транспортного університету. Серія «Технічні науки»*. К. : НТУ, 2022. Вип. 1 (51). С. 141-148.

3. Логістичний менеджмент і проекти. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1267323.pdf>

УДК 330.114: 656.078.8

ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Дяченко Р.В., студент гр. Т-61-23, Харківський національний автомобільно-дорожній університет,

Орда О.О., доц., к.т.н., Харківський національний автомобільно-дорожній університет,
e-mail: ordaoleksandra@gmail.com

У сучасній науковій літературі категорії понять «інновація» та «нововведення» часто використовуються як взаємозамінні. Обидва терміни відображають процес перетворення наукових знань та технологічних досягнень у нові продукти, послуги або процеси, які мають комерційний потенціал [1]. Кінцевим результатом процесу інновації, зокрема в сфері комерційної діяльності транспортних підприємств, є впровадження нововведення, тобто нового процесу обслуговування замовників або транспортної послуги, що базується на нових ідеях або знаннях. Розробка та впровадження інноваційних рішень спонукають менеджмент транспортних підприємств знаходити найоптимальніші шляхи для досягнення цілей розвитку підприємства - отримання найкращих результатів за найменшими витратами в сучасних умовах використання обмежених ресурсів (виробничих, трудових, природних) та повної невизначеності.

Потреби споживачів є визначальним фактором при розробці будь-якого маркетингового інструменту, включаючи ціноутворення, канали дистрибуції, комунікаційні стратегії, та, перш за все, при формуванні характеристик нової послуги або вдосконаленні існуючої. Інноваційна транспортна послуга – це послуга, яка не просто задовольняє існуючу потребу, а й створює нову цінність для її споживача. Тому, проектування нових транспортних послуг або вдосконаленні технологічного процесу обслуговування фахівці з маркетингу на підприємстві починають з детального аналізу та задоволення існуючих або потенційних потреб споживачів [2].

Розробка інноваційної транспортної послуги потребує застосування стратегічного підходу до просування послуг на ринку, що передбачає використання нових ідей, технологій та методів для створення унікальної пропозиції на ринку. Такий інструмент має назву інноваційний маркетинг. Він спрямований на задоволення потенційних та наявних потреб споживачів, формування нових ринків та забезпечення стійкої конкурентної переваги компанії.

До головних проблем, які стримують інноваційний розвиток вітчизняних транспортних підприємств можна віднести:

- відсутність систематичного оновлення парків рухомого складу транспортних підприємств;
- низький темп впровадження сучасних технологій;
- недостатню інтеграцію транспортних систем з іншими ланками виробничо-логістичних процесів;
- низький рівень автоматизації та цифровізації,
- неефективна система фінансування та недостатній його обсяг.

Коливання попиту на транспортні послуги, зменшення обсягів перевезень в східних регіонах країни та висока вартість обслуговування транспортних засобів додатково ускладнюють фінансовий стан транспортних підприємств в сучасних умовах.

Ефективне управління логістичними потоками є необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності транспортних підприємств у глобальному бізнес-середовищі в розрізі питання інтеграції української транспортної системи до європейської.

Інноваційні технології в роботі європейських транспортних підприємств/операторів являються потужним інструментом для підвищення ефективності діяльності та їх конкурентоспроможності. Посилення цифровізації в багатьох сферах бізнесу трансформує комерційну діяльність транспортних підприємств на складний процес, який вимагає не тільки ефективного використання традиційних ресурсів, але й впровадження сучасних IT-рішень для забезпечення конкурентоспроможності в цифровому середовищі. Так, автоматизація логістичних процесів дозволяє оптимізувати витрати, підвищити швидкість доставки вантажів та пасажирів та забезпечити більш точний прогноз попиту, що є особливо важливим в умовах невизначеності та нестабільності ринку. Зокрема, використання технологій штучного інтелекту (AI), інтернет речей (IoT), імерсивних технологій віртуальної та доповненої реальності (VR/AR), роботизація, з одного боку, відкриває нові перспективи, а з іншого, обумовлює необхідність розробки новітніх підходів для оптимізації логістичних процесів. Завдяки цим технологіям можна суттєво підвищити ефективність роботи рухомого складу на маршрутах, оптимізувати складські операції, знизити витрати та забезпечити високий рівень прозорості та гнучкості ланцюгів постачання, що є критично важливим у динамічному бізнес-середовищі для забезпечення комерційного успіху підприємства на ринку.

Слід зазначити, що на шляху інтеграції цифрових технологій в організацію логістичних процесів перед транспортним підприємством постає ряд проблем, зокрема: відсутність кваліфікованих фахівців, високі витрати на розробку, імплементацію та утримання технологій, та питання кібербезпеки та конфіденційності даних у цифровому просторі.

Згідно прогнозів за моделлю циклу зрілості технологічних інновацій від Gartner (2023 р.) ринок транспортно-логістичних послуг до 2030 року фундаментально трансформується за рахунок запровадження інновацій та інтелектуальних систем. Паралельно із цими процесами в сфері взаємодії підприємств різних галузей економіки розвивається «електронна комерція» (ЕК) (e-commerce) з поєднанням нових технологій та можливостей Інтернету. Тобто, за допомогою обміну електронними документами через телекомунікаційні мережі суб'єкти господарювання здійснюють свою діяльність з реалізації об'єкту (продукту) з метою одержання прибутку. Об'єктом ЕК, може бути будь-який продукт (товар, послуга, нерухомість, банківський продукт і т. д.), що не заборонений до реалізації чинним законодавством України. Під формою ЕК розуміють характеристику системи віртуальних відносин, що виникають у процесі спілкування із партнерами із питань реалізації різних комерційних інтересів. Основні типи електронної комерції в системі «власник ресурсу - споживач ресурсу» наведено на рис. 1.



Рисунок 1 – Типи електронної комерції в системі «власник ресурсу - споживач ресурсу»

Електронний документообіг дозволяє і транспортному підприємству, що забезпечує логістичні процеси будь-якої моделі бізнесу, створити безперервний цикл комерційних операцій, починаючи від оформлення замовлення і закінчуючи доставкою товару, забезпечуючи при цьому високий рівень прозорості та контролю. Тому, недоцільно виділяти логістику в електронній торгівлі (комерції) в якості окремого бізнес-процесу, так як логістичні операції являються невід'ємною частиною загального бізнес-процесу і здійснюють значний вплив на оптимізацію витрат і підвищення ефективності діяльності підприємств [3].

Зростання вимог споживачів на ринку транспортних послуг щодо швидкості, зручності та прозорості доставки, та зміна їх поведінки, обумовлює необхідність пошуку нових рішень для оптимізації логістичних процесів «останньої милі» (LMaaS) в електронній комерції, оскільки передбачає завершення доставки товарів клієнту [4]. Ефективність процесу доставки «останньої милі» є ключовим фактором, що впливає на задоволеність клієнтів та конкурентоспроможність підприємств електронної комерції в умовах жорсткої конкуренції. Серед існуючого різноманіття інновацій, спрямованих на вирішення

проблеми «останньої милі», транспортно-логістичні організації для підвищення своєї конкурентоспроможності повинні бути інноваційними, адаптивними та гнучкими в умовах повної невизначеності.

В комерційній діяльності вітчизняні транспортні підприємства успішно використовують технології, що є вимогою сьогодення та забезпечують відстеження місцезнаходження вантажів в реальному часі (зокрема, для здійснення міжнародних перевезень вантажів територією Польщі необхідно обладнати транспортний засіб пристроєм, що передає геолокаційні дані (GPS) та зареєструвати його в державній системі електронного контролю та моніторингу вантажних перевезень на митній території Польщі SENT). Значний потенціал для розвитку галузі логістики несуть такі технології, як Інтернет речей, Big Data, штучний інтелект та машинне навчання. Прогнозується, що до 2027 року половина світових логістичних операторів інвестуватиме у ці технології [5]. Впровадження вбудованого штучного інтелекту та аналітичних інструментів забезпечує можливість здійснювати точний моніторинг, аналіз даних та прогнозування, що є критично важливими інструментами підтримки прийняття управлінських рішень в сучасних умовах фахівцями комерційної служби підприємств.

Аналіз сучасних тенденцій свідчить про те, що інновації в комерційній діяльності є ключовим фактором досягнення комерційного успіху для транспортних підприємств. Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, підприємства повинні активно впроваджувати нові технології. Транспортні підприємства, які зможуть оперативно адаптуватися до постійних змін та ефективно використовувати нові можливості, зможуть отримати конкурентні переваги та зможуть успішно працювати в умовах динамічного ринку.

Перелік використаної літератури

1. Гурч Л.М., Мітченко Г.І. Інноваційні підходи у маркетингу на ринку транспортних послуг України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019, Вип. 6 (23). С. 123-129.
2. Ілляшенко С. М. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. 623 с.
3. Ільченко Н., Фреюк О. Логістика електронної комерції моделі B2C. *In: Innovative scientific researches: European development trends and regional aspect. Chapter «Economic sciences»*. 2020. Р. 86–107. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-38-9-28>.
4. Попова, Н. В., Шинкаренко, В. Г., Криворучко, О. М. Digital-інновації та їх вплив на транспортно-логістичні організації в умовах VUCA. *Економіка транспортного комплексу*. 2022. (39). 5.
5. Зрибнєва І.П. Аналіз новітніх технологій, методів та підходів у логістиці, їх вплив на оптимізацію ланцюгів постачання та підвищення продуктивності. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск № 60.