

МІЖНАРОДНА МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА І ЛОГІСТИЧНА СПІВПРАЦЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У ПРОСТОРІ ЄС У МЕЖАХ ПОЛІТИКИ СХІДНОГО ПАРТНЕРСТВА

Касян С. Я., к.е.н., доцент

Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", Україна
syakasian@ukr.net

В умовах посилення інтерактивності та темпоральності маркетингової бізнес-взаємодії доцільним є поглиблення дослідження змістових засад сучасної логістики. Згідно поглядів науковців з різних наукових шкіл з маркетингу і логістики ЄС, США, України визначення міжнародної логістики є багатограними і певною мірою відображають міжнародну міждисциплінарність розуміння цього поняття. Ефективна логістика у просторі глобальних інформаційно-комунікативних технологій опосередковується високим рівнем громадської і корпоративної культури. У ході формування концепції духовно-етичних цінностей маркетингу 3.0 доцільно поєднувати традиційні і ліберальні цінності, які певною мірою входять у протиріччя з процесами глобалізації. У цьому контексті варто урахувувати результати дослідження поведінки споживачів, які засвідчують значущість самовираження, що характеризують взаємодію економічних і соціальних агентів в Україні. Водночас в інших країнах, що розвиваються, можуть переважати цінності самовиживання.

Ю. В. Макогон (Y. V. Makogon), В. В. Пилипенко (V. V. Pylypenko) висвітлюють методологічні основи наукового пізнання, описуючи серед методів наукових досліджень моделювання, як певне відображення складових об'єкту дослідження у площині функціонування іншого об'єкту (моделі) [3, с. 7-9]. Заслугує на увагу виокремлення у щільній діалектичній взаємодії і розвитку таких видів (методів) аналізу і синтезу, як: прямий (емпіричний), зворотний (елементарно-теоретичний), структурно-генетичний [3, с. 7-8]. Науковці наголошують на слушності під час взаємодії індукційних і дедукційних підходів методів формальної логіки, таких як: єдиної подібності, єдиного розходження, супровідних змін, залишків. Висвітлюючи такий загальнонауковий метод досліджень, як аналогії, вони роблять акцент на значущості подібності. При цьому дослідники акцентують на певних вимогах до аналогії, що мають цільовою функцією підвищення ймовірності висновку. Серед таких вимог зазначаються: суттєві ознаки об'єктів порівняння; встановлення щільного, причинно-наслідкового зв'язку між ознаками; об'єкти мають у чомусь якимось відрізнятись; доцільним є більш ретельне вивчення низки відмінностей [3, с. 8-9]. Ми вважаємо, що розвиток міжнародного науково-технічного співробітництва держав має базуватися на системному застосуванні інноваційних методів наукового пізнання. При цьому становлення і функціонування Національних інноваційних систем та Індустрії-4.0 має урахувувати комплекс ймовірних проблем формування та ефективності конкурентних переваг високотехнологічних процесів. Під час міжнародної науково-технічної співпраці доцільно застосовувати інструменти і процедури міжнародної індустриальної реклами у маркетинговому середовищі. У такому контексті доцільно винаходити сучасні технологічні рішення та окреслювати низку креативних вимог до співпрацівників індустриальних рекламних агенцій, які є свідомими агентами маркетингових змін у міжнародному освітньо-науковому просторі. Атрибути такого простору диференціюються за ознаками належності до соціологічної, національної, релігійної, етнологічної та політичної свідомості та ментальності.

Під час досягнення значної комунікаційної і економічної ефективності маркетингового позиціонування потоків товарів і послуг на цільових ринках і їх сегментах доцільно виокремлювати певні риси логістичного продукту. Комплекс комунікаційних заходів і логістичних процедур із обслуговування споживача диференціюється залежно від певного сегмента чи ніші ринку, з урахуванням специфіки функціонування логістики дистрибуції. Зауважимо, що сутністю започаткування і підтримування ефективного функціонування логістичного ланцюга в дистрибуції є, насамперед, окреме застосування звичайної системи дистрибуції, доцільне узгодження ланок ланцюга постачання, виробництва і розподілу та функціонування дистрибуційної мережі. Підкреслимо слушність запровадження інформаційних логістичних систем EDI (англ. Electronic Data Interchange) під час опрацювання замовлення, коли відбувається чітке визначення позиції елементу ресурсного потоку в ході складування та експедиційного супроводу. У науково-методичній площині забезпечення гнучкості поставок необхідно визначати екологічну безпечність товарних потоків, можливість запровадження дієвої адаптаційної концепції субституції товарів.

Значущою є добра комунікаційно-ділова ініціатива у рамках розвитку міжнародної і логістичної активності економічних агентів країн Східного партнерства — Європейський тиждень підприємництва, який успішно, за підтримки Представництва Європейського Союзу в Україні, проведено протягом 2019 р. і попередніх років. У контексті розвитку і удосконалення принципів і механізмів міжнародного науково-технічного співробітництва задля досягнення його економічної ефективності доцільно сприяти

маркетинговому просуванню загальноєвропейської кампанії з підтримки малого та середнього бізнесу, інформаційного забезпечення успішного підприємництва. Тобто ЄС досить інтенсивно підтримує розвиток приватного ділового сектору в Україні та інших країнах Східного партнерства у межах міжнародної ділової платформи EU4Business [4]. Відмітимо, що в межах Європейського тижня підприємництва в Україні створюються позитивні внутрішні і міжнародні маркетингові умови для інтенсифікації виходу і позиціонування підприємств малого і середнього бізнесу (МСБ) на міжнародних ринках (передусім зінтегрованих ринках ЄС). Відбувається маркетингова комунікаційна кампанія з інформаційного роз'яснення резидентам України інформаційних масивів з пошуку джерел фінансування, покращенню комплексу підприємницьких навичок і компетенцій. Означене спрямовує вектор змін бізнес-клімату в Україні до європейського ментального і ділового простору.

Цікавою і значущою є ініціатива, що реалізується в межах цієї міжнародної програмної платформи, а саме: Карта можливостей для українського бізнесу. Така карта відображає системну підтримку ЄС для розвитку малого і середнього бізнесу в Україні, надаючи вичерпні потоки інформації про потенціал і можливості низки міжнародних програм і ініціатив європейського бізнесового й освітньо-наукового простору, такі як: EU4Business, COSME, Горизонт 2020 [4].

Безперечно, така співпраця українських ринкових і соціальних суб'єктів дозволяє долучитися й збагатися їм у системному просторі єдиних європейських інноваційних цінностей. Такі цінності ґрунтуються на морально-етичних засадах дотримання й розвитку людської гідності, свободи, демократії, еквівалентності стосунків, верховенства прав і дотримання усіх прав людини. Представництво ЄС в Україні спрямоване на роз'яснення таких цінностей в інформаційно-діловому, культурному просторі Східного партнерства [4]. У цьому контексті заслуговує на увагу науково-освітня діяльність Центру Програми Східного Партнерства Люблінської Політехніки, м. Люблін (Польща) / Politechnika Lubelska, m. Lublin (Polska), strona internetowa: <http://www.pollub.pl>.

Відповідно до інтегрованої концепції міжнародної логістики доцільно визначити її основні завдання, які мають полягати у просторово-часовому підлаштуванні наповнення товарної і сервісної пропозиції підприємства до змісту і структури споживчого попиту з урахуванням впливу мінливої ринкової кон'юнктури. В умовах інтенсифікації глобальної маркетингової взаємодії сфера управління спільними ресурсами між країнами характеризується досягненням значної швидкості реакції покупців і продавців на інтегровані складові міжнародного логістичного сервісу. Висококонтрований інтерактивний віртуальний простір дозволяє миттєво укласти транзакції з зовнішньоекономічними партнерами, які розташовані у різних куточках Землі. Ми вважаємо, що партнерська взаємодія високотехнологічних у світовому просторі маркетингових інформаційних потоків має забезпечуватися значним рівнем сучасного високотехнологічного логістичного сервісу.

Денис Косар (Denys Kosar) описує факт певних складнощів із утилізацією в Австрії автомобілю Tesla. Значущим є застосування контейнеру для електромобілів під час проведення евакуаційних процедур цієї машини Tesla. З урахуванням позиції офіційного партнера Tesla в Австрії, наголошується на тривалому розміщенні залишків електрокару на майданчику для аварійних автомобілів у зв'язку із відсутністю споживчого попиту на утилізування та складністю утилізаційних- процедур. Основні технічні і логістичні перепони є пов'язані із особливістю утилізації батареї Tesla. Проблематичний логістичний відтінок має організація ліцензованого перевезення залишків такого електрокару до Бельгії і Німеччини, функціонують ринкові агенти з переробки подібних батарей [2]. Дійсно, у контексті синергетичного забезпечення формування значних потоків маркетингових цінностей упродовж зінтегрованого зеленого логістичного ланцюга слушним є запровадження такої інноваційної концепції зеленої логістики, логістичного рециклінгу. Ця концепція є доцільною у міжнародному просторі генерування доданої вартості завдяки комплексному урахуванню екологічної свідомості й ментальних пріоритетів сучасних освічених споживачів, представників влади, громадськості, стейкхолдерів, ділових партнерів. Слід управляти логістикою на високотехнологічних підприємствах з урахуванням особливостей створення доданої вартості в межах логістичного ланцюга постачання в сучасному високотехнологічному машинобудуванні.

Ю. А. Краснопольський, Л. В. Савченко (Y. A. Krasnopol'skiy, L. V. Savchenko) наголошують на значенні цифрових технологій і логістичних інструментів в ефективному функціонуванні сучасних високотехнологічних підприємств. Вони справедливо наголошують на застосуванні комплексу розвинених ІТ-технологій, що дозволяє досягти ефективного маркетингового планування та успішного управління ланцюга поставками, поліпшити споживчий сервіс та нарощувати потоки доходів. Акцентується про застосування цифрових технологій в логістичних системах, інноваційних масивів (Big Data), Інтернет-речей (The Internet of Things) та радикальних процедур Блокчейн, хмарних технологій (Blockchain and Clouds). Науковці визначають такі змістові складові маркетингової бізнес-взаємодії у

ланцюгах поставок, як: клієнтоцентризм (Client-centrism), екологічна відповідальність (Ecology, environmental responsibility), цифрові технології (Digital technologies), інтелектуальні і людські ресурси (Intellectual and labor resources) [1, с. 515-517]. Науковці слушно підкреслюють значущість процедур залучення сучасних свідомих споживачів завдяки комплексному використанню різноманітних маркетингових комунікацій. У цих комунікаціях передавання даних і відомостей між офлайн і онлайн каналами є суцільною і продуманою і споживач не має докладати надзусиль для маневрування у просторі каналів розподілу і комунікацій та спілкування з іншими ринковими і соціальними суб'єктами. Приділяється увага концепції Last Mile delivery (Остання миля доставання), яка розуміється як вдалий набір логістичних послуг для доставлення ресурсних потоків від останнього логістичного центру (гуртовий склад, потовий пункт) до кінцевих споживачів у межах простору домогосподарств. Засвідчується доречність застосування технологій логістичного сервісу в комбінації з підходом "smart" home appliances (прибори у думаючому будинку) [1, с. 516]. На наш погляд, доцільно проводити інноваційне обговорення з колегами-маркетологами й логістами й здійснювати економічний аналіз розвитку й інтеграції сучасних маркетингу і логістики в Україні у глобальному маркетинговому середовищі. При цьому сучасні фахівці з міжнародного маркетингу і логістики мають володіти цифровими навичками створення рекламного комунікаційного продукту, моделювання економічної ефективності міжнародної маркетингової комунікаційної бізнес-взаємодії із використанням елементів і процедур спонсорингу і зв'язків із громадськістю. Варто досліджувати прийоми і методи створення ефективного комунікаційного креативного тексту, що стрімко розповсюджується у комунікаційних каналах на базі цифрових технологій. Це опосередковує досягнення значного рівня економічної ефективності маркетингової компанії.

У контексті екологічно відповідального управління міжнародними освітньо-науковими бізнес-процесами Ю. А. Краснопольський, Л. В. Савченко (Y. A. Krasnopol'skiy, L. V. Savchenko) підкреслюють доцільність інтенсифікації транспортних потоків, розширення мережі доріг і шляхів через які пришвидшується доставання бажаних для цільових споживачів товарів і послуг. Означений аспект спричиняє до збільшення шкідливих викидів передусім викидів від діяльності транспортних засобів до довкілля. Науковці слушно зазначають про доцільність впровадження цифрових технологій для зменшення подібних викидів, а саме: застосування автономного електричного транспорту (Autonomous Electric Transport), smart-контейнерів (Smart Containers), поновлювальних джерел енергії (Renewables) [1, с. 516-518]. Ми гадаємо, що сучасний контактний маркетинг має бути побудований на засадах піклування про рециклінг відходів, запровадження морально-етичних принципів в організації маркетингової комунікаційної і логістичної політики. Саме під цим кутом має бути побудовано напрямок сучасних маркетингових досліджень у сфері міжнародного науково-технічного співробітництва, розвиток ринкових комунікацій і реклами. Це сприятиме комплексному охопленню інтегральними маркетинговими цінностями усіх учасників ринків і соціальних процесів: владу, стейкхолдерів, споживачів, партнерів, громадські кола. Отже, міжнародне науково-технічне співробітництво є вагомим чинником нарощування рівня конкурентоспроможності і формування конкурентних переваг високотехнологічних галузей народного господарства України та світу.

Список використаних джерел:

1. Krasnopol'skiy Y. A. Application of modern digital technologies in supply chains / Y. A. Krasnopol'skiy, L. V. Savchenko // Perspectives of world science and education. Abstracts of the 3rd International scientific and practical conference. CPN Publishing Group. Osaka, Japan. 2019. — Pp. 515-524. (829 p.). — [Digital source]. — Access, 02.01.2020: http://www.tsatu.edu.ua/shn/wp-content/uploads/sites/59/perspectives-of-world-science-and-education_27-29.11.19_compressed.pdf#page=515. URL: <http://sciconf.com.ua>.
2. Косар Денис. Неможливо утилізувати: власник електрокара Tesla зіткнувся з серйозною проблемою. MMR. Motor Media Review / Денис Косар. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу. 03.01.2020: <http://mmr.net.ua/autoworld/113170/amp?fbclid=IwAR1JRSWw61-DUYxdSThTWqE22hZfSMpBWLL8QRQD51sdsqM602m8vJSuw>.
3. Макогон Ю. В. Основи наукових досліджень в економіці / Ю. В. Макогон, В. В. Пилипенко. Основи наукових досліджень в економіці: Навч. посіб. — Донецьк : Альфа-прес, 2007. — 144 с.
4. Міжнародна ініціатива ЄС, що підтримує розвиток приватного сектору в країнах Східного партнерства (Україні). — [Електронний ресурс]. — Режим доступу, 03.01.2020: <http://www.eu4business.eu/uk/ukraine>.