

## МАРКЕТИНГ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

У цій статті представлено комплексне дослідження сучасних маркетингових підходів у сфері логістичних послуг, які стають все більш актуальними в умовах глобалізації та змін у світовій економіці. Розглянуто вплив глобальних економічних тенденцій на розвиток логістичних послуг, що охоплюють такі аспекти, як зростання ролі електронної комерції, збільшення вимог до екологічності логістичних рішень, а також необхідність впровадження інноваційних технологій у процеси управління та маркетингу. Автори статті розробили оригінальну методологію оптимізації маркетингових інструментів, яка дозволяє підвищити ефективність просування логістичних послуг на світовому ринку, враховуючи сучасні виклики і вимоги. Дослідження показало, що використання цифрових технологій, таких як великі дані, штучний інтелект і автоматизація процесів, суттєво впливає на конкурентоспроможність логістичних компаній. Великі дані дозволяють компаніям отримувати глибоке розуміння потреб і поведінки клієнтів, що сприяє розробці більш персоналізованих маркетингових стратегій. Штучний інтелект, у свою чергу, сприяє автоматизації складних процесів, таких як управління ланцюгами поставок і прогнозування попиту, що підвищує ефективність і швидкість виконання логістичних операцій. Ці технології також дозволяють оптимізувати витрати, зменшити ризики і підвищити рівень задоволеності клієнтів. Окрім технологічних аспектів, стаття також акцентує увагу на важливості врахування екологічних факторів у маркетингових стратегіях логістичних компаній. Зростаючий попит на екологічно чисті рішення, зокрема на транспорт із низьким рівнем викидів та використання відновлюваних джерел енергії, вимагає від компаній розробки нових підходів до управління своєю діяльністю. Автори пропонують підхід, який інтегрує екологічні фактори в маркетингові стратегії, що дозволяє не лише відповідати вимогам ринку, але й зменшувати екологічний слід компаній. Стаття також аналізує сучасні тенденції розвитку ринку логістичних послуг, зокрема зростання ролі електронної комерції, яка суттєво змінює традиційні моделі ведення бізнесу. Збільшення обсягів онлайн-продажів створює нові виклики для логістичних компаній, зокрема щодо управління ланцюгами поставок, швидкості доставки та якості обслуговування клієнтів. Автори статті досліджують, як маркетингові стратегії можуть допомогти логістичним компаніям ефективно відповідати на ці виклики, підвищуючи їхню конкурентоспроможність і задовольняючи зростаючі вимоги споживачів. Зроблено висновки щодо доцільності застосування гнучких маркетингових стратегій, які враховують швидкозмінні умови глобального ринку, для забезпечення довготривалого успіху компаній у галузі логістики. Автори підкреслюють важливість постійного моніторингу ринкових тенденцій і адаптації маркетингових інструментів до нових умов, що є ключем до збереження конкурентних переваг у сучасному світі. У перспективі подальших досліджень пропонується зосередити увагу на вивченні впливу новітніх технологій, таких як блокчейн та інтернет речей (IoT), на маркетинг логістичних послуг, а також на розвитку методів, які дозволяють ефективніше інтегрувати екологічні стандарти в діяльність логістичних компаній.

**Ключові слова.** маркетинг логістичних послуг, глобальні економічні тенденції, цифрові технології, конкурентоспроможність, маркетингові стратегії.