

тронних підписів, захист прав споживачів, захист інтелектуальної власності. Система правового забезпечення електронної торгівлі потребує удосконалення у двох аспектах: правових засад функціонування системи електронної торгівлі (законодавчо-нормативної бази) і технологічної підтримки проведення операцій в системах електронної торгівлі.

Таким чином, електронна комерція в Україні знаходиться на етапі становлення, тому учасникам варто скористатися наявними можливостями для розвитку, особливо з урахуванням все більшої зацікавленості споживачів в онлайн-покупках.

Згідно з даними Aukrotop100, український ринок електронної комерції продовжує рости. До кінця 2016 року його обсяг перевищить \$ 2 млрд. Прогноз на наступні п'ять років – зростання на 400 %, до \$ 10 млрд в 2020 році.

Якщо на початку електронної ери організація електронного обміну даними вимагала помітних капіталовкладень і була доступна лише великим компаніям, то розширення використання інтернету дозволила займатися інтернет-торгівлею і невеликим підприємствам. Перспектива електронної торгівлі в Україні, якщо вона буде розвиватися такими ж темпами, переймаючи позитивний досвід провідних іноземних держав, є досить високою, що дає великі шанси нашій країні стати одним з провідних розвинутих ринків електронної комерції.

#### *Список використаних джерел*

1. Рынок розничной торговли Украины. Аналитический обзор [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hub.kyivstar.ua/rynok-rozничnoy-torgovli-ukrainy-2>. – Назва з екрана.

*K. M. Kraus, Candidate of Economic Sciences  
PUET, Poltava*

### **AMBUSH MARKETING AS ONE OF THE PROMISING MODERN UNCONVENTIONAL METHODS OF MARKETING TECHNIQUES**

The existence of fierce competition on the market of goods and services in Ukraine causes small enterprise entities to constant search and creation of new competitive advantages, avoid standard behavior

and logical approaches, because the strategy will be provided by competitors and will lead to undesirable results. This, in their turn, requires from small enterprise entities an effective management of marketing strategies that must be dynamic, flexible and permanently updating [3, p. 125].

Special role in solving of these problems allocated to find creative and original solutions for each of key elements of the system of marketing communications – advertising, public relations, direct marketing and sales promotion. It is important to use modern tools of driving online marketing campaigns that will optimize difficult economic situation in the country and will be one of the key success factors for small enterprise entities in Ukraine.

Among the most promising modern unconventional methods of marketing measures should note contextual and display advertising, promotion on social networks (SMO, SMM), search, direct (using e-mail), viral, provocation, parasitic and guerilla marketing [2, p. 64].

A special place among non-traditional methods of marketing measures belongs to ambush marketing, which emerged in the late of 90th of XX century [1, p. 77]. Its founder was John Francis Welch, who called it «ambush marketing».

In modern economic literature ambush marketing is often identified with unauthorized, black marketing that is associated with military operations and morally questionable behavior.

Ambush marketing consist in a full or partial copying of well known brand and sale fake as the original. This type of marketing allows small enterprise entities not breaking the law, to use for their own purposes special events to attract targeted audience, not performing the role of the official sponsor.

However small enterprise entities roundabout way penetrate into the information area of the main competitor who has made considerable sponsorship contribution and is an official partner of the event. The use of ambush marketing can bring «unclean» economic entities if not all, that most benefits of the official sponsorship with the least costs.

The implementation of ambush marketing requires such methods:

- purchase of advertising time within the broadcasting of event;

- distribution of free tickets for attraction interested clients;
- holding of a primitive advertising and provision of samples promotional leaflets at place of the event, etc.

However, the world practice shows that to do such steps dare such enterprise entities that plan to survive on the market no more than 2 years and get from its product great profit [1, p. 79].

In Ukraine, small enterprise entities using ambush marketing in large cities such as Kyiv, Lviv and Kharkiv. Especially notable it was in 2012 at the time of Euro championship of football.

At this time, some representatives of small enterprise «copied» existent brands to promote their own (less known) or general illegally used someone else's trademarks. The most large-scale counterfeiting subjected products, which were provided by official suppliers (water, sportswear, etc.).

In other words, small enterprise entities in Ukraine tried to associate themselves and their products with football Euro championship without paying a commission to the organizer of the event. Such marketing violated rights of the organizers of sport events, misleading general public about who were actually sponsors of the football feast.

Hence, in the increasingly of competitive on the market of goods and services and its oversaturation of marketing information, is not enough financial resources, so you need to form a marketing thinking, to appeal to deep human needs, to work for particular consumer, to worry about regular customers, to implement unexpected and original marketing decisions, to carry out point shares that actively use non-traditional types of marketing.

### *References*

1. Vasylenko M. O. (2009). Parazytychnyi marketynh yak vyd protyzakonnoi diialnosti [Ambush marketing as a form of illegal activity]. *Nauka ta innovatsii. – Science and Innovations*, 6, 77–80 [in Ukrainian].
2. Illiashenko N. S. (2012). SEO-optymizathiiia yak suchasnyi instrument Internet-marketynhu [SEO-optimization as a modern tool of Internet-marketing]. *Marketynh i menedzhment innovatsii. – Marketing and Management of Innovations*, 3, 63–74 [in Ukrainian].

3. Sakharov V. Ie. (2011). Tlumachennia zastosuvannia i rozvytok poniatiiinoho aparatu: marketynh innovatsii ta innovatsiinyi marketynh [Interpretation, application and development of the conceptual apparatus: marketing of innovations and innovative marketing]. Aktualni problemy ekonomiky. – Actual problems of economy, 5 (119), 122–129 [in Ukrainian].

*С. С. Луса, к. е. н., ст. викладач  
КНТЕУ, м. Київ*

## **РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ В ТОРГІВЛІ**

В останні роки все більше підприємств надають перевагу концентрації діяльності на основних напрямках. При цьому основні складові бізнесу передаються незалежним зовнішнім виконавцям – аутсорсерам. Дослідження необхідності та ефективності аутсорсингових процесів є важливою проблемою для підприємств усіх галузей економіки. Її ефективне вирішення дозволить, закласти міцний фундамент обґрунтування економічної стратегії діяльності підприємств на майбутнє. Вагомий внесок у розкриття сутності аутсорсингу, обґрунтування його переваг та недоліків, здійснили сучасні зарубіжні науковці, серед яких Анікін Б., Календжян С., Троцькі М., Хейвуд Д. та ін. Особливо актуальним на сучасному етапі є використання аутсорсингу в логістичних процесах підприємства, оскільки це найчастіше дозволяє підприємству зменшити логістичні витрати, підвищити рівень виконуваних логістичних послуг тощо. Саме логістичний аутсорсинг, розглядають у своїх наукових працях такі вітчизняні та зарубіжних учені, як Григорак М., Крикавський Є., Окландер М., Чухрай Н., Фролова Ю.

Водночас, багато питань використання аутсорсингу в логістиці вітчизняних підприємств залишаються невирішеними, а велика кількість сучасних проблемних аспектів логістичного обслуговування розглянуто недостатньо широко та глибинно. Термін «аутсорсинг» означає скорочення або відмову від власного бізнес- процесу, переважно не профільного або неприбуткового для компанії і передачу його спеціалізованим компаніям. Аутсорсинг перекладається з англійської як використання зов-