



МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

MARKETING AND LOGISTICS IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ XV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ





**Co-funded by
the European Union**



МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)
Institute for Regional Studies. E. Dolny (Ukraine)
Department of Marketing, Marie Curie-Skłodowska University (Poland)
Department of Production Management and Logistics of Poznan Polytechnic (Poland)
Department of Marketing, Krakow University of Economics (Poland)
Department of Banking and Finance, Higher School of Finance and Law (Poland)
NGO «Ukrainian Logistics Association» (Ukraine)
NGO «Ukrainian Marketing Association» (Ukraine)
NGO «Union of Marketing Managers of Ukraine» (Ukraine)

**MARKETING AND LOGISTICS
IN THE MANAGEMENT SYSTEM:
CHALLENGES OF DIGITAL GLOBALIZATION**

**in memory of Professor
Yevhen Krykavskyi**

**Abstracts of the
XV International Scientific and Practical Conference**

Lviv, October 17–18, 2024

Lviv
Lviv Polytechnic Publishing House
2024

Кафедра маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)
Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього (Україна)
Кафедра маркетингу Університету Марії Кюрі-Склодовської (Польща)
Кафедра виробничого менеджменту і логістики Познанської політехніки (Польща)
Кафедра маркетингу Краківського Економічного Університету (Польща)
Кафедра банківської справи і фінансів Вищої школи фінансів і права (Польща)
ВГО «Українська Асоціація Логістики» (Україна)
ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна)
ВГО «Об'єднання маркетологів України» (Україна)

МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**пам'яті професора
Євгена Крикавського**

Тези доповідей
XV Міжнародної науково-практичної конференції

Львів, 17–18 жовтня 2024 р.

Львів
Видавництво Львівської політехніки
2024

Маркетинг і логістика в системі менеджменту:
М 266 виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. [Електронне видання]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024..– Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова укр. і англ.
ISBN 978-966-941-962-0

Викладено матеріали, розглянуті на конференції, в яких висвітлено питання теорії маркетингу і логістики, практичного міжнародного досвіду інтеграції маркетингу і логістики в системі сучасного менеджменту, результати досліджень вітчизняних та іноземних науковців.

Матеріали становлять інтерес і можуть бути корисними для широкої наукової громадськості, керівників виробництв та державних установ, викладачів і фахівців з маркетингу і логістики, слухачів системи підвищення кваліфікації, студентів вищих навчальних закладів.

УДК 339.188.4

Матеріали подано в авторській редакції

Відповідальний за випуск У. О. Балик

компаній продовжує зростати, забезпечуючи їм не лише фінансову стабільність, але й можливості для глобального розвитку та репутаційного зміцнення.

Список використаних джерел

1. Діджитал-маркетинг в умовах повномасштабної війни: чим можна зачепити споживача. Mind. URL: <https://mind.ua/openmind/20275691-didzhital-marketing-v-umovah-povnomasshtabnoyi-vijni-chim-mozhna-zachepiti-spozhyvacha> (дата звернення: 23.09.2024).
2. Що відбувається в IT? Case Україна. URL: <https://case-ukraine.com.ua/news/shho-vydbuvayetsya-v-it/> (дата звернення: 23.09.2024).

ВОЛОХОВА І.В., ВОЛОХОВ В.А.
Український державний університет залізничного транспорту

ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПРИМІСЬКИМИ ПАСАЖИРСЬКИМИ ПЕРЕВЕЗЕННЯМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

Сучасні вимоги пасажирів щодо швидкості та зручності переміщення примушують удосконалювати організацію пасажирських перевезень на залізничному транспорті. Впровадження логістичних підходів у організації пасажирських перевезень у сучасних умовах направлені на скорочення часу, необхідного для здійснення перевезень, збільшення точності та ефективності перевезень, а також зниження витрат на переміщення. Також, у зв'язку зі зростанням населення в містах та їх приміських зонах, попит на ефективні та комфортні транспортні послуги зростає.

Приміське пасажирське сполучення є найбільш динамічним, особливо значущим для економіки країни й населення. Пояснюється це тим, що приміські перевезення залізниць значно впливають і забезпечують нормальну роботу всіх галузей економіки та соціальної сфери країни. Залізниці краще інших видів транспорту пристосовані до освоєння потужних приміських пасажиропотоків, забезпечуючи при цьому соціальний захист населення, надійність і регулярність сполучення в будь-який час року, що й визначає в загальній структурі приміських пасажирів великих міст значну частку осіб, що здійснюють поїздки на роботу (56%), навчання (39%), відпочинок в приміську зону та повертаються залізничним транспортом у зворотньому напрямку. Приміські перевезення найдешевші, доступні всім верстам населення, але й найбільш енергоємні та збиткові для залізниць. Це потребує удосконалення системи управління в приміському сполученні: скорочення терміну поїздки і тарифів на проїзд, покращення умов поїздки, інших показників якості обслуговування пасажирів, зменшення експлуатаційних витрат.

Логістичні підходи в організації пасажирських перевезень на залізничному транспорті можуть включати в себе такі елементи, як планування маршрутів, забезпечення належної підготовки вагонів для пасажирів, управління запасами, контроль якості та забезпечення безпеки.

Для удосконалення управління приміськими пасажирськими перевезеннями на залізничному транспорті можуть використовуватися наступні логістичні підходи: розкладний, комбінований, індивідуальний та клієнтський.

Розкладний підхід передбачає планування графіку руху потягів, який базується на прогнозуванні попиту на перевезення пасажирів. Розкладний підхід передбачає певну організацію роботи залізничної станції, де встановлюється графік прибуття та відправлення потягів, забезпечуючи зручний пересадочний процес та зменшуючи час очікування пасажирів.

Комбінований підхід полягає у використанні різних видів транспорту для забезпечення максимальної ефективності перевезень пасажирів. Наприклад, можуть використовуватися автобуси або міські електрички для доставки пасажирів на залізничну станцію, де вони пересідають на потяг.

Індивідуальний підхід передбачає надання персоналізованих послуг для пасажирів. Наприклад, можуть пропонуватися послуги з доставки пасажирів на залізничну станцію, забезпечення затишного простору очікування або послуги з доставки багажу до місця призначення.

Клієнтський підхід полягає у наданні послуг, спрямованих на задоволення потреб та очікувань клієнтів. Наприклад, можуть пропонуватися послуги з безкоштовного Wi-Fi, зарядки мобільних пристроїв, або надання інформації про стан руху потягу.

Успішне впровадження будь-якого з цих підходів залежить від ряду факторів, таких як тип транспорту, вартість, регіональні особливості та рівень попиту на послуги перевезення пасажирів. Наприклад, в залежності від типу потягів (швидкісних, регіональних тощо) може використовуватися розкладний підхід або комбінований підхід. Якщо попит на перевезення пасажирів дуже високий, то можна застосовувати індивідуальний підхід та надавати персоналізовані послуги для забезпечення максимальної задоволеності клієнтів.

Логістичні підходи також можуть бути корисними у плануванні та координації приміських пасажирських перевезень на залізничному транспорті. Наприклад, можливе застосування при плануванні маршрутів, оптимізації графіків, плануванні запасів, керуванні транспортним рухом, управлінні витратами, впровадженні технологій, координації робіт [1].

Логістичні методи дозволяють побудувати оптимальні маршрути, враховуючи обмеження на максимальну швидкість, вантажопотік, інтервали поїздів, час відправлення та прибуття, та інші фактори. Застосування логістичних моделей може допомогти зменшити час очікування для пасажирів, підвищити ефективність використання потягів та зменшити кількість затримок. Логістичні методи можуть допомогти вирішити проблему недостатнього або надлишкового запасу місць у потягах, забезпечуючи оптимальне використання місць для пасажирів, які хочуть подорожувати на певній ділянці. Логістичні моделі дозволяють прогнозувати рух потягів та розв'язувати проблеми зі зміною шляху руху, що дозволяє зменшити час затримок та підвищити ефективність використання потягів. Застосування логістичних методів може допомогти зменшити витрати на паливо та інші ресурси, зменшити витрати на технічне обслуговування та збільшити використання потягів, що може привести до зниження вартості перевезення на пасажирських потягах. Логістичні підходи можуть включати в себе використання сучасних технологій, таких як GPS-навігація, системи реєстрації та моніторингу, що дозволяють в реальному часі відслідковувати рух потягів та давати інформацію пасажирам про час відправлення та прибуття потягів. Логістичні методи дозволяють координувати роботу різних секторів залізничного транспорту, таких як ремонт та технічне обслуговування, сектор пасажирських перевезень та інші, що забезпечує оптимальне використання ресурсів та підвищення ефективності роботи всього залізничного транспорту[2].

Застосування логістичних підходів вирішує проблеми, що виникають в сфері пасажирських перевезень на залізничному транспорті та забезпечує оптимальне використання ресурсів та підвищення ефективності роботи всього залізничного комплексу.

Вдосконалення організації приміських пасажирських перевезень на залізничному транспорті з використанням логістичних підходів сприятимуть точності розкладів, оптимізації використання вагонів, збільшенню швидкості та зниженню вартості перевезення, удосконаленню системи бронювання та зручності пасажирів, покращенню сервісу та якості обслуговування пасажирів.

Список використаних джерел

1. Лінецька, Т. О., Малахова, О. А. (2013). УДОСКОНАЛЕННЯ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ПАСАЖИРІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ЛОГІСТИЧНИХ ПІДХОДІВ. Collected scientific works of Ukrainian State University of Railway Transport, (140). <https://doi.org/10.18664/1994-7852.140.2013.92240>
2. Полякова, О. М., & Іванченко, Ю. В. (2017). ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ УКРАЇНИ. Вісник економіки транспорту і промисловості, (57). <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i57.101576>

БОЙЧУК І.В. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	37
БОНДАРЧУК М.К., КАЧАН С.Л., РИБ'ЯК В.В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ	39
БОРИСОВА Т. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ	41
БОЧАРОВА Н.А., ЯРОВИЙ І.О. ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В МУЛЬТИКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	42
БОЧКО О.Ю., КОЖУШКО П.І., МАГЕФА А. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ВИРОБНИКІВ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	44
БОЧКО О.Ю., КУЗЬОР А. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА МАРКЕТИНГУ: ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ХХІ СТ.	45
БУДНІКЕВИЧ І.М., КЛИПАЧ А.Я. КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ТА МАРКЕТИНГ СПОРІДНЕНOSTІ В СИСТЕМІ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ.....	47
БУТ О.В. ВАЖЛИВІСТЬ DATA-DRIVEN МАРКЕТИНГУ У ЦИФРОВІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОМПАНІЙ	49
ВАСИЛИШИНА Л.М., ЛАГОДА Д.Д. РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ЯК МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТУ У ВІДБУДОВІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	51
ВАСИЛЬЦІВ Н.М. БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ	52
ВЕСОЛОВСЬКА М.К. ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ	54
WIKTOR J. PRZYWÓDZTO PROMOCYJNE JAKO STRATEGIA KONKUROWANIA W SEKTORZE DYSTRYBUCJI.....	56
ВОВЧАНСЬКА О.М., ІВАНОВА Л.О. МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ 5.0: ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ КЛІЄНТАМ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ДОСВІДУ	58
ВОЛОБОЄВ В.Д. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ІТ-БІЗНЕСУ У ВОЄННИЙ ЧАС.....	61
ВОЛОХОВА І.В., ВОЛОХОВ В.А. ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПРИМІСЬКИМИ ПАСАЖИРСЬКИМИ ПЕРЕВЕЗЕННЯМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ.....	63
ВОЛЯНИК Г.М. НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	65
ГАЙДУК А.Б., КУЗЬО Н.Є. ЗМІНА АКЦЕНТІВ У РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	67
GAO ZHENHUA MARKETING STRATEGIES FOR VENTURE PROJECTS LAUNCHING AND DEVELOPING.....	68
ГАРМИДЕР Л.Д., КУЧКОВА О.В., СЛЮТА А.О., ЖУРАВЕЛЬ В.В. ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ ЯК СПОСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ.....	69
ГНИЛЯНСЬКИЙ І.І., ПОГРЕБНИЙ В.І. МАРКЕТИНГОВА І ЛОГІСТИЧНА ОСВІТА:ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ.....	71

НАУКОВЕ ЕЛЕКТРОННЕ ВИДАННЯ

**МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА
В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ:
ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**пам'яті професора
Євгена Крикавського**

**MARKETING AND LOGISTICS
IN THE MANAGEMENT SYSTEM:
CHALLENGES OF DIGITAL GLOBALIZATION**

**in memory of Professor
Yevhen Krykavskyi**

**Тези доповідей
XV Міжнародної науково-практичної конференції**

Відповідальний за випуск У. О. Балик

*Комп'ютерне верстання Галини Сукмановської
Художник-дизайнер Марія Іванець*

Режим доступу:
<https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings>,

Видавець і виготівник: Видавництво Львівської політехніки
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4459 від 27.12.2012 р.

вул. Ф. Колесси, 4, Львів, 79013
тел. +380 32 2584103, факс +380 32 2584101
vlp.com.ua, ел. пошта: vmr@vlp.com.ua