



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

Інтернет, в тому числі потреби у швидкісному Інтернет, мають веб-сайт, купують послуги хмарних обчислень. Застосування інформаційних технологій у маркетинговій діяльності підприємств дозволяє підвищувати її ефективність за рахунок зростання інтенсивності як зовнішніх, так і внутрішніх комунікацій, якості виконання певних управлінських завдань.

Список використаних джерел

1. Окландер, М.А. & Романенко, О.О. (2015) Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. Економічний вісник НТУУ «КПІ». № 12. С. 362-371. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/47234185.pdf>
2. Шпилик, С. (2015) Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства Галицький економічний вісник. № 2 (49). С. 212-223.
3. Walters, M. What Makes A Website A High Quality Website? Retrieved from <https://cutt.ly/GD2fg7C>.
4. Chris, A. What is a High Quality Website In the Eyes of Google? Retrieved from <https://cutt.ly/vD2fu99>.
5. Ілляшенко, С. М. & Дериколенко, А. О. (2014) Web-сайт як інструмент просування продукції промислового використання. БізнесІнформ. № 10. С. 229-235.

ДЕЙНЕКА О.Г., ЛУК'ЯНОВА О.М.

Український державний університет залізничного транспорту

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні світ формується в абсолютно новому середовищі, де цифрові технології стають все більш важливим активом. Цифрові технології підвищують продуктивність праці та добробут, вирішують проблеми в галузі охорони здоров'я, освіти та державного управління (ці переваги особливо стали очевидними на тлі пандемії Covid 19), а також підвищують рівень інновацій в економіці.

Всім підприємствам, незалежно від виду діяльності, щоб не втратити свої конкурентні позиції та залишатися конкурентоспроможними на ринках сучасного світу, необхідно змінювати свій традиційний підхід до ведення бізнесу.

Згідно з опитуванням, 90% нецифрового бізнесу вже стикаються з посиленням конкуренції з боку цифрового бізнесу. Майже 95% великих підприємств не в змозі задовольнити вимоги нових цифрових бізнесів, а 71% компаній заявляють, що втрачають свої конкурентні переваги через відсутність цифрової трансформації. Лише 5% компаній здійснюють цифрову трансформацію, а 12% використовують у своїй діяльності застарілі інформаційні технології. Водночас, за даними дослідників, компанії, які успішно трансформуються, в сім разів частіше розглядають цифрові технології як джерело конкурентної переваги та прибутку [1].

В умовах цифрової економіки ефективна робота підприємств передбачає більшу відкритість і позитивну взаємодію з партнерами та споживачами. Керівництво будь-якого бізнесу має виходити з того, що використання цифрових технологій може стати інструментом підвищення ефективності, економії ресурсів, збільшення прибутку та відкриття нових векторів розвитку. Цифровізація підприємства має базуватися на стратегічному баченні пріоритетів, цінностей та напрямків змін. Іншими словами, слід чітко розуміти, яких цілей буде досягнуто на кожному етапі трансформації і як конкретні технології принесуть користь компанії в майбутньому.

Ефективні процеси цифрової трансформації є основою для ефективної роботи бізнесу в умовах цифрової економіки. Такий процес не може бути здійснений миттєво і вимагає часу та значних фінансових ресурсів. Здатність компанії до цифровізації залежить від її поточного рівня інформатизації та автоматизації, фінансового стану та багатьох інших факторів. Основними

бар'єрами на шляху активної цифровізації є брак фінансових ресурсів та недостатня обізнаність підприємств щодо переваг та викликів впровадження цифрових технологій у їхню діяльність. Серед інших бар'єрів дослідники виділили відсутність цифрової культури в компаніях, брак лідерства, очікування можливостей для змін, неявні економічні вигоди від цифрових інвестицій, відсутність чіткого бачення цифрових операцій та контролю якості з боку топ-менеджменту.

Таким чином, подальша діджиталізація бізнес-процесів та економіки в цілому несе як можливості та позитивні ефекти для компаній, так і виклики та численні загрози для більш ефективної роботи. Одним з найважливіших викликів для компаній сьогодні є забезпечення безпеки їхньої діяльності. Адже діджиталізація інформації робить економічну діяльність більш вразливою [2]. Виникає нагальна потреба у вирішенні проблеми забезпечення безпеки та захисту інформації, яка є одним із ключових стратегічних ресурсів компанії. Тому важливу роль у дослідженнях цифрової економіки займає питання вивчення можливих ризиків, які зумовлені упровадженням цифрових технологій.

Так, на макрорівні цифровізація економіки являє собою безліч соціальних ризиків, пов'язаних із зростанням безробіття в результаті автоматизації; нестача ІТ-спеціалістів та необхідність їх постійної перепідготовки посилили соціально-економічну нерівність внаслідок нерівної комп'ютеризації суспільства. Інфраструктурний ризик визначається виникненням цифрового розриву через нерозвиненість цифрової інфраструктури країни. Екологічні ризики пов'язані з ризиками, пов'язаними зі збільшенням споживання електроенергії та збільшенням викидів парникових газів. Інформаційний ризик пов'язаний з низьким рівнем інформаційної безпеки, особливо з хакерськими атаками, кіберзлочинністю та цифровою дезінформацією населення. Відсутність або нечіткість понятійного апарату цифрової економіки, проблеми у визначенні та окресленні правового статусу відповідних суб'єктів цифрового ринку, правової культури учасників інформаційних правовідносин та недостатнє регулювання нових ринків і видів діяльності призводять до інституційних ризиків на макроекономічному рівні. Економічні ризики виникають внаслідок глобалізації економічних відносин та посилення конкуренції в усіх секторах економіки.

На мікрорівні виділяють такі ризики:

- технологічні (залежність від цифрових платформ та рішень великих ІТ-компаній, технологічні збої та застарілі технології);
- кадрові (підвищена плинність кадрів та неготовність до впровадження новітніх цифрових технологій, зростання витрат на кваліфіковану робочу силу);
- управлінські (застарілі бізнес-моделі, стратегічні помилки в цифровізації);
- інформаційні (неефективне використання інформації та ІТ, повільне поширення інформації, недостовірна інформація);
- фінансові (зростання витрат на впровадження нових технологій) [3].

Переваги інформаційних технологій для ділового світу та загрози, що виникають внаслідок впливу цифровізації на всі сфери діяльності, слід розглядати комплексно. Усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації та негативного впливу ризиків цифрової економіки вимагає розробки стратегій, спрямованих на уникнення або пом'якшення впливу на розвиток економіки та бізнесу.

Список використаних джерел

1. Гудзь О.Є. (2018) Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. «Економіка. М енеджмент .Бізнес. № 2(24). С. 4 -12.
2. Коломієць Г.М., Глушач Ю.С. (2017) Цифрова економіка: контрверсійність змісту і впливу на господарський розвиток. Бізнес Інформ. № 7. С. 137-143.
3. Вергал К.Ю. (2020) Загрози та ризики цифрової трансформації економіки. Вісник Хмельницького національного університету. № 4, Том 3. С. 294-298.

ГОЛОВЕЦЬКИЙ Д.І. ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ.....	73
ГОНЧАР М.Ф., ДОБРОВОЛЬСЬКИЙ С.В., ЗАВЕРБНИЙ С.А. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОНЛАЙН-РЕПУТАЦІЇ У СФЕРІ ЛОГІСТИКИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	74
ГРИГОРАК М.Ю. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ З ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 5.0: ІНТЕГРАЦІЯ ЗНАНЬ ТА ТЕХНОЛОГІЙ.....	76
ГРИНІВ Н.Т., ДАНИЛОВИЧ Т.Б., АЛЕКСАНДРАВІЧУТЕ Б. КОНТРЕЙЛЕРНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ЯК ОДНА З ПРОГРЕСИВНИХ ФОРМ ЛОГІСТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	78
ГРИНІВ Т.Т., СЕНІВ Л.О. ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ЕКОНОМІКУ ТА БІЗНЕС.....	79
ГРИЦЕНЮК Д.О., БЕЗСМЕРТНА О.В. ЖІНКА В ЛОГІСТИЦІ. ЇЇ ВПЛИВ ТА ЗНАЧЕННЯ В ЛОГІСТИЧНІЙ СФЕРІ.....	81
ГУМЕННА О.В., БЕДІЙ Н.І. РОЗВИТОК ПРИНЦИПІВ ESG В УКРАЇНІ ЯК ПЕРСПЕКТИВА ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК	83
ГУРЧ Л.М. ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ	85
ДАЦЮК А.М., ГОЙДАШ Ю.Р., ПРОЦАК К.В. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В АДАПТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	87
ДЕЙНЕГА І.О., ДЕЙНЕГА О.В. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	89
ДЕЙНЕКА О.Г., ЛУК'ЯНОВА О.М. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ	91
ДЕМКО М.Я., ПИТУЛЯК Н.С. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	93
DENG ZHAO THE MARKETING ROLE IN A JOINT-STOCK COMPANY'S CORPORATE STRATEGY DEVELOPMENT	94
ДЕРГОУСОВА А.О., СИВОЛОВСЬКА О.В. FUTURE MARKETING TRENDS ЧИ ЯКИМ МАРКЕТИНГ БУДЕ В 2025 РОЦІ.....	95
ДЖУС В.В., ЄСІН О.О., СКОТАРЕНКО М.Д. ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ AFFILIATE-МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ШВИДКОЗМІННОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА	97
ДЖУС В.В., СКОТАРЕНКО М.Д. LOVEMARKS: ЯК БРЕНДАМ ЗАВОЮВАТИ ЛЮБОВ КЛІЄНТІВ СЬОГОДНІ.....	101
ДЖУС В.В., СУХОВЕЦЬКИЙ А.В. NFT У МАРКЕТИНГУ ЯК МОЖЛИВІСТЬ СТВОРЕННЯ УНІКАЛЬНИХ ПРОПОЗИЦІЙ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ	104
ДЖУС В.В. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ У ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТАХ В УКРАЇНІ: РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	106
DING NAN EVALUATING THE IMPACT OF TECHNOLOGY TRANSFER MANAGEMENT ON ENTERPRISE'S LOGISTIC SYSTEM PERFORMANCE.....	109
ДОВГУНЬ О.С. ТЕНДЕНЦІЇ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ РИНКУ, Е-МАРКЕТИНГУ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ МАРКЕТОЛОГІВ	110

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