



MARKETING

Кафедра маркетингу ВНУ імені Лесі Українки

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ

МАТЕРІАЛИ І ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

7 березня 2024 року
місто Луцьк

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

Сучасні технології маркетингу

Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної
конференції

7 березня 2024 року
місто Луцьк

Електронне видання на CD-ROM

Луцьк
Вежа-Друк
2023

УДК 339.138(06)

С 94

Рекомендовано до опублікування Вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 6 від 30.04.2024 року)

Рецензенти:

Павлов К. В. – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки і торгівлі Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Кривов'язюк І. В. – кандидат економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Луцького національного технічного університету.

С 94 **Сучасні технології маркетингу:** матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції (Луцьк, 7 березня 2024 р.) / Відп. ред. проф. В. С. Рейкін – Луцьк : Вежа-Друк, 2024. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Об'єм даних 3,26 Мб.

ISBN 978-966-940-562-3

У збірнику подано тези доповідей та виступів учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої удосконаленню та розвитку теоретичних, методичних та прикладних аспектів сучасного маркетингу.

УДК 339.138(06)

ISBN 978-966-940-562-3

© Рейкін В. С. (упорядкування),
2024

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРІЇ ТА КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ

Бегун Світлана, Олексюк Іван. Статистичне забезпечення маркетингової діяльності підприємств.....	11
Березюк Максим, Данилюк Тетяна. Система стратегічного маркетингу сучасного підприємства.....	13
Букало Надія. Дослідження споживчої поведінки на цінову політику транспортних послуг.....	15
Вознюк Юлія, Данилюк Тетяна. Формування інструментарію управління маркетингом.....	18
Драгунов Дмитро, Ридзель Юрій. Маркетинг та менеджмент у фітнес індустрії.....	21
Кривов'язюк Ігор. Концепції маркетингу та стратегічного управління підприємством: системні взаємозв'язки та сучасні тенденції застосування інструментарію.....	23
Лялюк Алла. Модель аналізу «4к» у маркетингу бренду.....	27
Мороз Олена, Мороз Микола. Стратегії впровадження h2h маркетингу.....	29
Немчук Павло. Актуальні питання розвитку маркетингу.....	31
Філь Олег. Сучасні концепції маркетингу.....	34
Шостак Лілія. Маркетинг туристичних дестинацій.....	37

СЕКЦІЯ 2. МАРКЕТИНГ І ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Бабаніна Єлізавета, Кочнова Ірина. Персоналізація онлайн-реклами шляхом тренінгу.....	40
Бегун Світлана, Шмід Андрій. Проблеми формування вітчизняної цифрової економіки.....	43
Більо Іван. Цифровізація бізнесу як стратегічний напрямок економічного розвитку України.....	45
Борисюк Олена. Цифрові технології продажу страхових продуктів.....	47
Вербицька Галина. Роль цифровізації публічного управління у маркетингу інновацій підприємств.....	50

Головчук Юлія. Цифрові інновації в маркетинговому менеджменті медичних закладів.....	54
Грудініна Діана. Трансформація підприємства в умовах цифрової економіки.....	59
Дуліда Дан, Кочнова Ірина. Маркетплейс як бізнес модель.....	62
Зварко Інна. Використання технологій штучного інтелекту в маркетинговій діяльності.....	65
Зубчик Богдана. Цифрові технології в окремих сферах підприємництва та маркетингу.....	68
Каленюк Вікторія. Кібербезпека як елемент цифрового маркетингу.....	71
Касян Максим. Безпека інтернет-банкінгу.....	74
Косенко Олександра, Шеїн Олексій, Косенко Софія. Особливості використання smm для сектору b2b.....	77
Майданевич Дарина. Особливості використання штучного інтелекту в маркетингу.....	80
Мех Наталія. Актуальні аспекти маркетингових досліджень в умовах цифрової економіки.....	82
Мірошник Євген. Використання it-технологій у пошуку потенційних кадрів для логістичної сфери під час російсько-української війни.....	84
Остапчук Дар'я. Забезпечення кібербезпеки підприємств в умовах цифрової економіки.....	88
Пех Людмила. Основні проблеми безпечного функціонування вітчизняного бізнесу у сфері цифрових технологій.....	90
Руссян Олена. Маркетинг та людський капітал в умовах цифровізації.....	93
Сак Тетяна. Передумови та тенденції розвитку цифрового маркетингу.....	96
Терпіль Діана. Використання цифрових маркетингових інструментів для підвищення ефективності підприємства.....	99
Ткач Марина. Особливості забезпечення безпечного функціонування бізнесу, при здійсненні міжнародної діяльності.....	102
Трофімчук Юлія. Місце логістики у забезпеченні продовольчої	

безпеки.....	105
Ульяницький Андрій. Цифрові технології в системі формування бізнес-моделі розвитку вітчизняного бізнесу.....	108
Федорчук Іванна, Букало Надія. Цифровізація маркетингу послуг в українських реаліях.....	110
Хомин Петро. Облік у контексті інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств.....	113
Шикіна Ольга, Нечева Наталя. Цифрові інструменти для оптимізації роботи готів.....	117
Шостак Людмила. Електронна торгівля в системі підприємництва та маркетингу.....	119
Яручик Софія. Сучасні моделі діджитал-трансформації бізнесу.....	121

СЕКЦІЯ 3. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

Алексеєнко Людмила, Тулай Оксана, Бабій Степан . Information support of international marketing strategies in the corporate segment of sustainable development.....	125
Борсук Катерина. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу.....	129
Вавдіюк Ангеліна. Використання цифрових інструментів у міжнародному маркетингу: нові можливості та виклики.....	132
Гнасюк Валерія. Безпека підприємницької діяльності в умовах міжнародної торгівлі та обміну.....	134
Данилюк Тетяна. Новітні тенденції міжнародної маркетингової діяльності на сучасному етапі розвитку світової економіки.....	137
Ковальчук Яна. Особливості міжнародного маркетингу в умовах глобального підприємництва.....	140
Кузьмич Юлія. Трансформація міжнародного маркетингу: визначення трендів та адаптація до сучасних реалій глобального бізнесу.....	142
Луцук Анна. Роль соціальних мереж у побудові успішних кампаній міжнародного маркетингу.....	145

Макарцева Юлія. Сучасні аспекти функціонування міжнародного маркетингу.....	149
Мельник Ілона. Маркетинг соціальних мереж в просуванні розважальних заходів.....	152
Озарків Ігор. Розвиток маркетингових стратегій для залучення фінансових ресурсів та технологічного обміну з країнами європейського союзу в контексті сталого розвитку України....	155
Савчук Ярослава, Жилічева Юлія. Концептуальні засади міжнародного маркетингу.....	158
Степанюк Ілля. Роль міжнародних виставок та ярмарків у стратегіях маркетингових комунікацій.....	160
Чмир Марія. Ефективність геотаргетингу в міжнародних маркетингових кампаніях.....	164
Шевчук Анна. Вплив культурних відмінностей на стратегії міжнародного маркетингу.....	166
Щербакова Анастасія. Система міжнародного маркетингу як основа розвитку міжнародного бізнесу в Україні.....	168
Якимчук Аліна. Стратегії розвитку природоохоронних територій на прикладі заповідників і національних парків.....	171
Янюк Дарина. Сутність міжнародної товарної політики.....	175

СЕКЦІЯ 4. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ, МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

Бузюн Дмитрій. Інструменти антикризового маркетингу для стартапів.....	178
Букало Надія., Сень Анатолій, Сень Ірина. Маркетингові дослідження та сучасні технології.....	181
Євламπίєв Пилип. Сучасні інновації маркетингу як елемент ефективної підприємницької діяльності.....	184
Корніюк Денис. Таргетована реклама, як інноваційний елемент просування продукції на ринку.....	186
Мацука Вікторія. Сучасні тренди у маркетингу.....	189
Мних Ольга, Сінькевич Аліна. Інноваційні і маркетингові ризики підприємств будівельної індустрії.....	191

Мороз Олена, Сорокіна Марія. Вплив інтернету речей (iot) на стратегії маркетингу промислових підприємств.....	194
Мурзіна Аліна, Данилюк Тетяна. Дослідження сучасних форм інноваційної стратегії підприємства.....	196
Найдюк Петро. Вплив генеративного штучного інтелекту на маркетингові кампанії організації.....	198
Остапчук Марія. Особливості інноваційної маркетингової політики в підприємницькій діяльності.....	201
Поддубний Мирослав. The influence of innovative marketing technologies on public trust towards government during digital transformation authorities.....	206
Рекец Іван, Кулініч Оксана, Андросова Тетяна. Ресурсозбереження та екологічні інновації маркетингу в готельному бізнесі.....	209
Саєнсус Марія, Сак Тетяна. Performance-маркетинг як інноваційний каталізатор результатів в бізнесі.....	212
Синіка Олексій. Фактор дотику: неврологічний вплив матеріалу та текстури упаковки продукту на споживача.....	215
Черен Ілля. Інноваційні технології маркетингу в сучасному світі: переваги та ризики впровадження.....	219
Чернущь Марія. Кібербезпека в сфері маркетингової діяльності: виклики та заходи захисту.....	222
Черняк Валентин. Особливості дропшипінгу в електронній комерції.....	224
Шевчик Богдан. Нооекономіка: маркетинг символічного обміну.....	227
Щербакова Анастасія. Інноваційний маркетинг як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	230

СЕКЦІЯ 5. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ

Беспалов Володимир, Євстратенко Михайло, Обнявко Олександр. Удосконалення просування медичних послуг.....	234
Букало Надія, Дудич Софія. Дослідження впливу соціально-психологічних аспектів на поведінку споживачів.....	237

Гергель Карина. Використання психологічних прийомів при здійсненні маркетингового ціноутворення.....	240
Кашевський Олександр. Діагностика вітчизняного фітнес-ринку.....	243
Корнєва Вікторія. Вплив лояльності споживача на бренд.....	246
Лядський Ігор. Соціальний інтелект маркетологів та їх успіх у рекламній діяльності.....	248
Мілова Анна. Соціально безпечна реклама.....	250
Павук Алла. Маркетингово етичні аспекти використання психологічних методів у здійсненні ефективного підприємництва.....	252
Сало Яна. Культура кенселінгу в контексті розвитку бренду....	256
Сергій Ожема, Олена Нагорнова. Рекламування бренду.....	260
Сидоренко Євген. Аспекти інклюзивного розвитку сільських територій.....	263
Шевчук Яна. Вплив соціально - психологічних факторів на поведінку споживачів: стратегічні виклики та можливості для маркетингу.....	266

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА

Берчук Валентина. Розвиток конкурентних переваг через ефективний маркетинговий менеджмент підприємства.....	269
Богашко Олександр. Богашко Ірина. Маркетинговий менеджмент – інноваційний підхід до управління підприємством.....	271
Боярчук Анастасія. Використання соціальних медіа у маркетинговому менеджменті.	274
Букало Надія, Пушкарчук Максим. Дослідження особливостей управління маркетингом.....	276
Бурко Діонісій , Данилюк Тетяна. Маркетинг персоналу як стратегічна складова ефективного управління людськими ресурсами.....	279
Ващук Катерина. Маркетинговий менеджмент малих підприємств в умовах війни.....	281

Головчук Юлія, Палагнюк Ганна. Цифрова трансформація управління в сфері охорони здоров'я.....	283
Горішна Ольга. Впровадження системи маркетингового менеджменту на підприємстві	288
Корженівська Наталія, Осадчук Ілля. Франдрейзинг: ризики і небезпеки.....	291
Кулина Галина. Використання інструментів маркетингу у діяльності страхових компаній.....	294
Левицький Віктор. Організація і креативне управління маркетинговими засобами стимулювання збуту продукції підприємства у аспекті його стратегічних змін та розвитку.....	297
Литвишко Лілія, Колеснік Аліна. Підприємство як об'єкт маркетинг-менеджменту: сучасні тенденції та закономірності.....	300
Ляміна Юлія. Формування маркетингової стратегії діяльності підприємства.....	303
Терещук Наталія. Сутність сервісу як економічної категорії та об'єкта інноваційного менеджменту.....	305
Хамуда Вікторія. Бренд-менеджмент у системі маркетингових комунікацій.....	309
Швець Катерина. Розвиток інноваційних стратегій маркетингового менеджменту для підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	311

СЕКЦІЯ 7. ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ

Бегун Світлана, Кшевдинський Ілля. Логістичний маркетинг в системі цифрової економіки.....	314
Беспалов Володимир. Кочевой Максим. Функції упаковки у маркетингової діяльності.....	316
Жегестовська Надія. Пріоритетність безпеки логістичних підприємств в умовах воєнного часу.....	319
Іванчук Роман. Проблемні аспекти закупівельної логістики в умовах воєнного часу.....	321

Кичелюк Дмитро. Вплив транспортно-логістичної інфраструктури на ефективність підприємницької діяльності у військовий час.....	325
Кобюк Денис. Логістичні аспекти маркетингу.....	328
Кривов'язюк Ігор, Шульга Марина. Маркетингова функція та логістичне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	331
Кузьмич Павло. Перспективи розвитку логістичного маркетингу у сфері безпеки українсько-польських відносин між перевізниками зернопродуктів.....	334
Левковець Наталія. The interaction of marketing and logistics is the result of efficient activities of the enterprise.....	336
Милько Інна. Сутність та складові маркетингової логістики...	339
Науменко Наталія. Зміна логістичних ланцюгів в період російської агресії.....	342
Павлов Костянтин. Strategy for restoring the natural gas distribution market on the example of the marshall plan.....	348
Павлова Олена. International logistics of energy resources: risks and dangers.....	353
Рейкін Віталій. Ретроспектива та генезис маркетингової логістики.....	357
Тарасова Кристина, Скарженець Павло, Новак Ганна. Актуальні тенденції розвитку логістичної діяльності сьогодення.....	360
Шикула Валерія. Логістика як інструмент забезпечення якості та надійності у маркетингових процесах.....	363

INTERNATIONAL LOGISTICS OF ENERGY RESOURCES: RISKS AND DANGERS

Павлова Олена Миколаївна

Доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки і торгівлі Волинського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк

Risk in the economic sense is the possibility of suffering financial losses or unforeseen consequences due to various events, decisions, or circumstances that affect economic and social activities. Risk is an integral part of business and financial management, and it can arise for many reasons, including economic fluctuations, political decisions, natural disasters, market competition, and other factors [6, p.8].

The main characteristics of risk:

- Uncertainty - Risk is often associated with uncertainty or uncertainty about future events or outcomes. People or businesses face risk when they cannot predict with certainty how events will occur or how they will affect their activities;

- loss - risk is always associated with the possibility of incurring losses or negative consequences. If the risk is realized, it can lead to financial losses, reputational damage, loss of resources, or other negative consequences;

- availability of analysis - each risk must be analyzed. Businesses and investors use various risk analysis methods and tools, such as statistical models, financial metrics, expert judgment, etc., to anticipate, evaluate, and mitigate risk.

- Significance - a risk may be significant to an enterprise because of its potential impact on its financial position, operations, or objectives. The significance of a risk is determined by the magnitude of the potential loss or the importance of the events associated with the risk. Enterprises usually focus on managing the most relevant risks to their business [9].

Risks in the logistics sector can be highly diverse and affect every aspect of a logistics project.

Logistics (transportation) risk is the risk associated with processes and operations related to logistics and transportation. This may include various aspects such as transportation of goods, storage, inventory management, supply, and many others. Such risk can arise from various factors, such as transportation delays, loss or damage to goods, lack of inventory, problems

with production or suppliers, changes in legislation, or events affecting the global supply chain [1, p.42].

Here are several types of risks that usually arise in the international logistics sector:

- Change risk: Changes in the requirements of customers, partners, or legislation may affect the planning and execution of logistics projects. For example, changes in transportation tariffs can significantly affect the project budget;

- Uncertainty about a project's scope, timing, or cost can lead to unforeseen difficulties. For example, unexpected fluctuations in demand may result in overstocking or shortages of goods;

- technology risk: Using new technologies in logistics can lead to technical problems or unexpected failures. System failure, hardware failure, or software problems can be essential risks;

- supply chain risk: Problems with suppliers or distributors, such as delivery delays or financial problems, can affect the entire logistics chain;

- Financial risk: Insufficient financial resources or unexpected costs can lead to financial difficulties and delays in project implementation.

Managing these risks is critical to completing logistics projects and requires participants to be proactive and responsive to unforeseen circumstances.

Today, risk management priorities have changed dramatically. In the past, companies' investments in risk management were mainly concerned with controlling financial reporting and compliance with legal requirements, often not aimed at managing the strategic risks of organizations.

As a result, management only sometimes perceived risks as strategically essential events and did not pay the necessary attention to them. In addition, managers at various levels face difficulties identifying risks affecting financial performance, organizational stability, and business efficiency.

Risk management is an integral part of the successful functioning of any organization. Solving possible problems and ensuring stability are vital tasks that require a comprehensive approach.

The importance of organizing a risk management process is that it helps the organization to ensure

- Maintaining stability: Risk management helps avoid or reduce adverse consequences of unforeseen events. It helps to maintain financial stability and reliability of operations;

- safety and reliability: The organization must ensure its activities do not threaten employees, customers, and other stakeholders. Risk management helps to identify and control potential hazards;

- Increased competitiveness: Reducing production and customer service risks makes the company more attractive in the market. This can help increase market share and the ability to compete with other players;

- improved decision-making: risk management provides management with the necessary information to make more informed and strategic decisions;

- Efficient resource management: risk mitigation avoids the costs associated with dealing with unforeseen problems and optimizes the use of resources;

- Improve working environment: Ensuring safety and minimizing employee health risks contributes to a healthy and productive working environment [7].

Thus, the organization of the risk management process not only helps to maintain stability but also creates conditions for the effective development and competitiveness of the organization in the long term.

1. Боровик М.В. Ризик-менеджмент : конспект лекцій для студентів магістратури усіх форм навчання спеціальності 073 «Менеджмент». Харків, 2018. 65 с.

2. Державна служба статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 312 с [с 151].

4. Етапи управління ризиком. *Stud.com* – веб-сайт. URL: https://stud.com.ua/19859/strahova_sprava/etapi_upravlinnya_rizikom

5. Литюга Ю. В., Управління ризиками логістичної системи підприємства: сутність, оцінювання, методи. *Ефективна економіка*. 2017. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5646>

6. Логістика невиробничої сфери: Управління ризиками в логістиці : навч. посіб. Харків, 2016. 164 с.

7. Переваги та принципи управління ризиками. *v/sure* – веб-сайт. URL:

<https://visuresolutions.com/uk/%D0%9A%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE-fmea-%D0%B7-%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0>

[%BD%D0%BD%D1%8F-%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%B8/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%B3%D0%B8-%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%B8/](#)

8. Принципи управління проектними ризиками. *Підручники*: веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/74436/ekonomika/printsipi_upravlinnya_proektnimi_rizikami

9. Рік війни: як конфлікт в Україні вплинув на транспортний сектор Європи? *Trans.info* – веб-сайт. URL: <https://trans.info/ua/rik-viyny-yak-konflikt-v-ukrayini-vplynuv-na-transportnyi-sektor-yevropy-328130>

10. Челядінова Н. Г., Дмитренко. Н. М. Дослідження питань управління логістичними ризиками підприємств *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58-1. С. 79-83. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/58_1_2020/15.pdf

11. Павлов К.В., Павлова О.М., Бортнік А.В., Гупало В.В. Особливості розвитку міжнародних логістичних систем за умов глобалізації. Всеукраїнський науковий журнал «Актуальні проблеми інноваційної економіки та права» № 1-2. 2023. С. 29-35. http://apie.org.ua/wp-content/uploads/2023/07/apie_2023_r01_a05.pdf

12. Павлова О.М., Павлов К.В. Логістична взаємодія між суб'єктами газотранспортної галузі: механізм реалізації та перспективи. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія «Економічні науки»*. №3(35). Т.2. 2020. С.46-51. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-3-5737>.

13. Павлов К.В., Павлова О.М., Бортнік А.В., Гупало В.В. Особливості розвитку міжнародних логістичних систем за умов глобалізації. Всеукраїнський науковий журнал «Актуальні проблеми інноваційної економіки та права» № 1-2. 2023. С. 29-35. http://apie.org.ua/wp-content/uploads/2023/07/apie_2023_r01_a05.pdf

14. Павлова, О., Павлов, К., Шульгач, Н., & Плоскіна, А. (2022). Формування бізнес-стратегії підвищення продовольчої безпеки харчової галузі України у воєнний період. *Modeling the development of the economic systems*, (4), 116–123. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-6-15>

Наукове електронне видання на CD-ROM

Сучасні технології маркетингу

Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції

7 березня 2024 року
місто Луцьк

Електронне видання на CD-ROM

Один електронний оптичний диск (CD-ROM). Об'єм даних 3,26 Мб.

Тираж 300 прим. Зам. 62. Видавець і виготовлювач – Вежа-Друк,
м. Луцьк, вул. Шопена, 12, тел. 066 936 25 49.

E-mail: vezhaprint@gmail.com

Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4607 від 30.08.2013 р.



ISBN 978-966-940-562-3



9 789669 405623 >