

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ

## МАРКЕТИНГ 4.0: СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Колективна монографія



Тернопіль 2021

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

**МАРКЕТИНГ 4.0: СТРАТЕГІЧНІ  
ІМПЕРАТИВИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ**

**МОНОГРАФІЯ**

*За редакцією доктора економічних наук В.А. Фаловича*

**Тернопіль  
2021**

УДК 339.13

**Рецензенти:**

*Н.Б. Кирич*, докт. економ. наук, професорка,  
*Т.М. Борисова.*, докт. економ. наук, професорка,  
*М.К. Вакулінський*, директор Сервісного центру  
«НеоКомСервіс»

*В авторській редакції*

*Авторський колектив:*

*В.А. Фалович*, доктор економічних наук, доцент;  
*Л.Я. Якимішин*, доктор економічних наук, професорка;  
*О.С. Корчак*, доктор технічних наук, доцент

*Рекомендовано до друку вченою радою Тернопільського  
національного технічного університету імені Івана Пулюя  
(протокол № 7 від 01.06.2021 р.)*

Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2021. – 351 с.

Монографія є результатом наукових досліджень колективу авторів та присвячена аналізу сучасних теоретичних та прикладних аспектів розвитку маркетингу 4.0. Розглянуто питання дослідження ефективності збутової політики в ланцюгах поставок товарів промислового призначення, структурування ланцюга поставок у контексті забезпечення ефективності логістичного обслуговування споживачів, дослідження впливу спеціалізованих патентів на маркетингово-психологічні аспекти діяльності підприємств, проблеми семплінгу та маркетингу в сегментах Також у монографії досліджуються і інші стратегічні аспекти розвитку економіки та маркетингу.

Для наукових працівників і викладачів вищих навчальних закладів, економістів та бізнесменів.

УДК 339.13

За достовірність поданих до друку матеріалів відповідальність несуть автори.

ISBN 978-966-457-320-1

© Тернопільський національний технічний  
університет імені Івана Пулюя, 2021

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	4
<b>Баб'як Г.П.</b> Використання та оцінка персоналу підприємства в сучасних умовах.....	5
<b>Бурліцька О.П., Гарасим Л.Г.</b> Проблеми семплінгу та маркетинг в сегментах.....	28
<b>Голда Н.М.</b> Сутність конкуренції і конкурентоспроможності підприємств як економічних категорій.....	42
<b>Корчак О.С.</b> Вплив спеціалізованих патентів на маркетингово-психологічні аспекти діяльності підприємств.....	79
<b>Краузе О.І.</b> Дослідження поведінки споживачів та методів формування споживчого попиту.....	89
<b>Оксентюк Б.А.</b> Просування соціального потенціалу зеленого туризму та його результативність: вітчизняний та зарубіжний досвід .....	123
<b>Піняк І.Л., Жара А.Б.</b> Еволюція соціальних мереж.....	156
<b>Прохоровська С.А.</b> Формування компенсаційної політики підприємств.....	172
<b>Пушкар З.М.</b> Трансформація корпоративної культури організації.....	194
<b>Рожко Н.Я., Бурліцька О.П.</b> Основні завдання та тенденції трейд-маркетингу в сучасних ринкових реаліях України.....	210
<b>Семенюк С.Б.</b> Інформаційний маркетинг як необхідна умова ведення інформаційного бізнесу.....	220
<b>Фалович В.А.</b> Дослідження ефективності збутової політики в ланцюгах поставок товарів промислового призначення.....	246
<b>Фалович Н.М., Шевчук О.С.</b> Механізм застосування сучасних методик оцінювання персоналу.....	284
<b>Химич І.Г., Тимошик Н.С.</b> Фінансова екосистема: стратегія НБУ.....	295
<b>Шерстюк Р.П., Мельник Л.М., Стойко І.І.</b> Підприємства ресторанного господарства в індустрії туризму: проблеми і перспективні рішення.....	307
<b>Якимішин Л.Я.</b> Структурування ланцюга поставок у контексті забезпечення ефективності логістичного обслуговування споживачів..	319

## ПЕРЕДМОВА

В сучасних умовах інтернет, безсумнівно, став пріоритетним засобом комунікації між людьми як у бізнесі, так і в побуті. Швидкі технологічні зміни, що відбуваються сьогодні, суцільна діджиталізація та світова пандемія COVID-19 засвідчили необхідність зміщення вектору маркетингових тенденцій від традиційних до цифрових. Наслідком ізоляції, що охопила усі напрямки економіки стали переорієнтація на інтернет-рекламу, електронну комерцію, онлайн-сервіси, перехід на онлайн дослідження, електронний документообіг, тощо. Вітчизняні підприємства дедалі важче справляються з проблемами, які виникають в умовах постійних змін, що спричинило потребу пошуку нових маркетингових підходів.

Такий комплексний підхід зумовив структуру видання, в якому кожен розділ присвячений дослідженню окремих питань Маркетингу 4.0. Монографія «Маркетинг4.0: сучасні імперативи та тенденції» – цікаве і ґрунтовне дослідження колективу авторів закладів вищої освіти України, що має теоретичне і практичне значення та є результатом наукового пошуку вчених різних напрямків.

Монографія насичена інформацією про новітні тенденції галузі, що безсумнівно, буде корисним і ефективним помічником в опануванні складної науки з управління сучасним бізнесом для всіх хто вивчає, викладає і практично реалізує маркетинг.

Запропонована на розгляд читачів монографія зумисне витримана у проблемному, дискусійному стилі, що свідчить про готовність авторів до конструктивних зауважень, побажань та готовності до диспуту.

Кафедра промислового маркетингу висловлює щире вдячність колективу авторів за плідну співпрацю та рецензентам: д.е.н., професорці, завідувачці кафедри маркетингу Західноукраїнського національного університету Тетяні БОРИСОВІЙ, д.е.н., професорці, завідувачці кафедри менеджменту та адміністрування Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Наталії КИРИЧ, директору Сервісного центру «НеоКомСервіс» Миколі ВАКУЛІНСЬКОМУ.

**Володимир ФАЛОВИЧ**

**доктор економічних наук,  
завідувач кафедри промислового маркетингу ТНТУ ім. І. Пулюя**

*Наукове видання*

# **МАРКЕТИНГ 4.0: СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ**

*За редакцією доктора економічних наук В.А. Фаловича*

**МОНОГРАФІЯ**

Комп'ютерне верстання *Оксентюк Б. А.*

Підписано до друку 01.06.2021 р. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Times. Друк ризограф.  
Умовно-друк. арк. 17,18. Облік.-видавн. арк. 194,71.  
Тираж 300 прим. Зам. № 21-729.

Видавець та виготовлювач: ФО-П Шпак В. Б.  
Свідоцтво про державну реєстрацію:  
Серія В02 № 924434 від 11.12.2006 р.  
м. Тернопіль, вул. Просвіти, 6/4  
тел. 8 097 299 38 99,  
E-mail: tooums@ukr.net