

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: ВІЗІЯ, ТЕХНОЛОГІЇ, ІННОВАЦІЇ



Монографія

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

**СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: ВІЗІЯ,
ТЕХНОЛОГІЇ, ІННОВАЦІЇ**

МОНОГРАФІЯ

За редакцією доктора економічних наук В.А. Фаловича

**Тернопіль
2023**

Рецензенти:

Н.Б. Кирич, докт. економ. наук, професорка,
Т.М. Борисова., докт. економ. наук, професорка,
Демкура Т.В., віце-президент з регіонального
співробітництва Тернопільського регіонального
представництва «ІСС Ukraine»

В авторській редакції

Авторський колектив:

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

*Рекомендовано до друку вченою радою Тернопільського
національного технічного університету імені Івана Пулюя
(протокол № 2 від 21.02.2023 р.)*

Сучасний маркетинг: візія, технології, інновації / В.А. Фалович [та ін.] ;
за ред. д.е.н, проф. В.А. Фаловича. – Тернопіль: «Бескиди», 2023. – 495с.

Монографія є результатом наукових досліджень колективу авторів та присвячена аналізу сучасних теоретичних та прикладних аспектів розвитку маркетингу. Розглянуто питання логістичної інфраструктури та аутсорсингу в дистрибуції продуктів харчування, особливостей маркетингового потенціалу туристичної галузі, креативності у розвитку особистості майбутнього фахівця, впливу концепції пермакультури на візію сучасного екомаркетингу та сталого розвитку інноваційних виробництв, реалізації інноваційної та маркетингової інтеграційних стратегій розвитку промислових підприємств, впровадження принципів сталої міської мобільності в територіальних громадах.

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 978-966-457-034-0

© Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя, 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
<i>Бурліцька О.П.</i> Роль ціноутворення у формуванні маркетингової політики підприємства.....	6
<i>Гагальюк О.І.</i> Сутність та особливості гермінативного розвитку промислових підприємств як концепції розвитку територіальної одиниці.....	33
<i>Гвоздик О.Б.</i> Організаційно-економічний механізм управління маркетинговими комунікаціями підприємства.....	51
<i>Голда Н.М.</i> Сучасні підходи до побудови конкурентної карти туристичного ринку.....	62
<i>Зайлик М.Ф., Гарматюк О.О., Машлій Г.Б.</i> Вплив елементів комплексу євромаркетингу на побудову уніфікованої маркетингової концепції.....	98
<i>Корчак О.С.</i> Вплив концепції пермакультури на візію сучасного екомаркетинга та сталий розвиток інноваційних виробництв.....	183
<i>Краузе О.І.</i> Корпоративна культура соціальної відповідальності бізнесу.....	203
<i>Крижановський Б.В.</i> Концепція dark stores як фундамент розвитку світового та українського ринку онлайн доставки продовольчих товарів.....	213
<i>Левицький В.О., Радинський С.В, Дячун О.Д.</i> Реалізація інноваційної та маркетингової інтеграційних стратегій розвитку промислових підприємств: сутність, види та нормативно-правова база.....	224
<i>Оксентюк Б.А.</i> Тренінг: поняття, методи, форми	262
<i>Піняк І.Л.</i> Розвиток підсистеми управління маркетинговими активами в складі менеджменту інтелектуального капіталу підприємства.....	275
<i>Розум Р.І.</i> Інновації та їх вплив на розвиток автомобільних двигунів... ..	314
<i>Семенюк С.Б., Гарасим Л.Г.</i> Маркетинг: філософія чи функція?	339
<i>Фалович В.А., Кулик Ю.І.</i> Особливості маркетингового потенціалу туристичної галузі.....	349
<i>Фалович Н.М.</i> Впровадження принципів сталої міської мобільності в територіальних громадах: управлінський, логістичний та економічний аспекти.....	359
<i>Чеченюк І.Б.</i> Необхідність застосування системи повного циклу супроводу споживачів для сучасного бізнесу.....	397

Чорна О.В. Суть інвестування та роль інвестицій у процесі виробництва.....	407
Шафранський В.В. Креативність у розвитку особистості майбутнього фахівця.....	437
Шпилик С.В. Методики проведення маркетингових досліджень підприємств.....	447
Якимішин Л.Я., Малюта Л.Я. Логістична інфраструктура та аутсорсинг в дистрибуції продуктів харчування.....	485

ПЕРЕДМОВА

В умовах війни функціонування ринкових механізмів, ведення господарської діяльності набувають нових характеристик, ринкове середовище ставить перед ними нові завдання. Їх зміст, в свою чергу, впливає з нових концептуальних засад стратегічного розвитку в умовах маркетингової орієнтації. В даному контексті об'єктом особливої уваги виступає маркетинг як основа впровадження маркетингового інструментарію управління, як центр забезпечення виробничо-фінансової діяльності підприємств.

Представлена монографія є колективною працею науковців, викладачів та аспірантів кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя та інших провідних вишів нашої країни. Викладені у монографії результати досліджень колективу авторів актуальні і характеризуються новизною. Структура і зміст монографії доводять, що авторам вдалося проаналізувати найважливіші тенденції сучасного маркетингу і виявити особливості їх використання в умовах війни.

Колективна монографія покликана виокремити теоретичні, практичні та прикладні засади маркетингової політики підприємств в умовах нестабільності. Авторами особливої увагу приділено впливу елементів комплексу маркетингу на побудову уніфікованої маркетингової концепції, реалізації інноваційної та інтеграційних стратегій розвитку промислових підприємств, впливу концепції пермакультури на візію сучасного екомаркетингу та сталий розвиток інноваційних виробництв, а також особливостей гермінативного розвитку промислових підприємств як концепції розвитку територіальної одиниці.

У цілому, видання має теоретичне та прикладне значення і, безперечно, буде корисним для науковців, студентів, а також маркетологів-практиків, представників бізнесу, державних структур та усіх, хто цікавиться сучасними питаннями маркетингу.

Колектив авторів висловлює вдячність ректорату університету, а також рецензентам: д.е.н., проф. зав. кафедри маркетингу Західноукраїнського національного університету Борисовій Т.М., д.е.н., проф. кафедри менеджменту та адміністрування Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Кирич Н.Б., віце-президенту з регіонального співробітництва Тернопільського регіонального представництва «ICC Ukraine» Демкури Т.В.

Володимир ФАЛОВИЧ
доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри промислового маркетингу ТНТУ ім. І. Пулюя

Наукове видання

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: ВІЗІЯ, ТЕХНОЛОГІЇ, ІННОВАЦІЇ

За редакцією доктора економічних наук В.А. Фаловича

МОНОГРАФІЯ

Комп'ютерне верстання *Оксентюк Б. А.*

Підписано до друку 28.02.2023 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Друк офсетний. Зам. № 23-237
Умов.друк. арк. 25,9. Обл.-вид. арк. 27,1.
Тираж 300 прим.

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

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного
реєстру видавців, вигоновловачіві розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 7599 від 10.02.2022