

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА
ПУЛЮЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ



МАТЕРІАЛИ
ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДПРИЄМСТВ В
СУЧАСНОМУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОМУ
СЕРЕДОВИЩІ

29 ЛИСТОПАДА 2024 року

ТЕРНОПІЛЬ – 2024

Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. – Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції. – Тернопіль, ТНТУ, 2024. – 159 с.

У тезах висвітлено результати наукових досліджень з **наукових секцій**:

1. Маркетингові технології та інновації в управлінні підприємствами.
2. Діджитал-маркетинг і стратегічні орієнтири бізнесу
3. Маркетингові комунікації та реклама в умовах цифрової трансформації бізнесу
4. Інноваційні логістичні технології на підприємствах транспорту і промисловості

Редакційна колегія:

доцент Богдана ОКСЕНТЮК

доцент Світлана СЕМЕНЮК

За достовірність поданих до друку матеріалів відповідальність несуть автори.

ПЕРЕДМОВА

У сучасному світі інтернет беззаперечно став ключовим засобом комунікації як у бізнес-середовищах, так і в повсякденному житті. Стрімкий розвиток технологій та загальна діджиталізація вказують на необхідність переорієнтації маркетингових стратегій від традиційних методів до цифрових.

Роль маркетингу в діяльності компанії сьогодні має багатогранний характер. Він уже не обмежується лише просуванням продукції, а перетворюється на комплексний процес, спрямований на формування довготривалих відносин із клієнтами. Усі більше підприємств акцентують увагу на детальному вивченні та задоволенні конкретних потреб споживачів. Це передбачає не лише адаптацію продукту до ринку запитів, а й цілеспрямоване формування позитивного ставлення клієнтів до бренду.

У сучасних реаліях маркетинг також відіграє ключову роль у створенні конкурентних переваг. Вплив на ставлення споживачів до продукції через персоналізовані комунікації, дії, інтерактивну взаємодію та інші цифрові інструменти дозволяє компаніям не тільки зберегти свою позицію на ринку, але й активно її розширювати. Тому впровадження нових маркетингових технологій стає не просто трендом, а обов'язковою умовою успіху сучасного підприємства.

Наслідки ізоляції, що вплинули на всі сфери економіки, призвели до зростання значення інтернет-реклами, електронної комерції, онлайн-сервісів, а також активного використання електронного документообігу та проведення досліджень в онлайн-форматі. Водночас українські підприємства стикаються з дедалі складнішими викликами через постійні зміни, що вимагають впровадження нових підходів.

Використання сучасних цифрових маркетингових технологій та інноваційних каналів комунікації на підприємствах відкриває нові можливості для вирішення актуальних проблем і викликів, з якими стикається бізнес у сучасних умовах. Завдяки таким технологіям компанія здатна не лише адаптуватися до змін, а й створювати умови для ефективного планування, прогнозування та реалізації стратегічних орієнтирів свого розвитку.

На сьогодні інновації у сфері логістики стали самостійним і промисловим напрямком, який є єдиним із ключових складових успішного розвитку компаній. Інноваційна логістика представляє собою інструмент для оптимізації та вдосконалення потокових процесів, заснований на сучасному етапі.

Інноваційна логістика передбачає використання передових технологій, таких як автоматизація процесів, впровадження штучного інтелекту, цифрових платформ для управління ланцюгами постачання та інтеграції «розумних» систем, які дозволяють зробити логістичні операції більш гнучкими, швидкими й точнішими. Це сприяє раціоналізації всіх логістичних потоків і забезпечує стійкість компанії.