

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ



# МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

МАТЕРІАЛИ V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-  
ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

12 ТРАВНЯ 2023 Р.

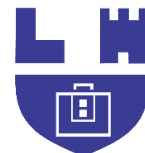


ЛУЦЬК - 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**



КАФЕДРА  
МАРКЕТИНГУ



ФАКУЛЬТЕТ  
БІЗНЕСУ  
ТА ПРАВА

**12 травня 2023 року, м. Луцьк**

**«МАРКЕТИНГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ  
ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ»**

МАТЕРІАЛИ V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

**Випуск 5**

Луцьк – 2023

УДК 658.8:004.67 (043.2)

**Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (12 травня 2023 р). Луцьк: ЛНТУ, 2023. 147 с.**

У збірнику подано матеріали досліджень, виголошених на V Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій», що була проведена кафедрою маркетингу факультету бізнесу та права ЛНТУ 12 травня 2023 року. У публікаціях висвітлено тенденції, проблеми та перспективи розвитку маркетингового менеджменту в умовах становлення інформаційного суспільства, стратегічні імперативи розвитку інноваційного маркетингу, шляхи застосування маркетингового інструментарію у цифровій економіці, особливості проведення маркетингових досліджень в середовищі Інтернет, удосконалення інформаційних технологій в різних галузях економіки.

*Голова організаційного комітету:*

КОВАЛЬСЬКА Любов Леонідівна, д.е.н., професор, декан факультету бізнесу та права ЛНТУ

*Заступник голови організаційного комітету:*

ЛОРВІ Ірина Федорівна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу ЛНТУ

*Відповідальний секретар конференції:*

МАР'ЮК Вікторія Василівна, асистент кафедри маркетингу ЛНТУ

*Члени організаційного комітету:*

БУДНІКЕВИЧ Ірина Михайлівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ДЕЙНЕГА Олександр Вікторович, д.е.н., професор, проректор з наукової роботи, Рівненський державний гуманітарний університет

ДЕЙНЕГА Інна Олександрівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та управління бізнесом, Рівненський державний гуманітарний університет

КАСЯН Сергій Якович, к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

КУЗЬМАК Олег Іванович, д.е.н., професор кафедри маркетингу ЛНТУ

МОРОХОВА Валентина Олександрівна, к.е.н., професор кафедри маркетингу ЛНТУ

ВОЙТОВИЧ Сергій Ярославович, к.е.н., професор кафедри маркетингу ЛНТУ

БОЙКО Ольга Вікторівна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу ЛНТУ

КОВАЛЬЧУК Олег Володимирович, к.е.н., доцент кафедри маркетингу ЛНТУ

КЛІМОВИЧ Ольга Миколаївна, к.е.н., асистент кафедри маркетингу ЛНТУ

ЗДРИЛЮК Вікторія Богданівна, к.е.н., асистент кафедри маркетингу ЛНТУ

*Рекомендовано до публікації вченою радою факультету бізнесу та права*

*Луцького національного технічного університету*

*(протокол № 10 від 10.05.2023 року)*

*Для науковців, аспірантів, здобувачів і всіх, хто цікавиться актуальними проблемами і перспективами маркетингу в умовах розвитку цифрових технологій*

*Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.*

© ЛНТУ, 2023

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1

#### **МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

**Бойко О. В., Галух В. Ф., Семенюк Ю. О.**

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА  
*Луцький національний технічний університет* 10

**Благовірний О. Р.**

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ  
КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА  
*Луцький національний технічний університет* 12

**Буняк Н. М.**

РОЛЬ ХОЛІСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ  
МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА  
*Волинський національний університет імені Лесі Українки* 14

**Вісин В. В., Вісина Т. М.**

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ТА ЇЇ СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ  
*Луцький національний технічний університет*  
*Технічний фаховий коледж Луцького НТУ* 16

**Дорожко В. О., Філіпов А. С.**

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА  
*Луцький національний технічний університет* 19

**Левицький В. В.**

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ  
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА  
*Волинський національний університет імені Лесі Українки* 21

**Лорві І. Ф., Лелич Я. М., Слуцький А. Ю.**

СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА  
*Луцький національний технічний університет* 24

**Лорві І. Ф., Мар'юк В. В., Горбатюк Ю. Ф.**

ФОРМУВАННЯ ТА ВИБІР МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ  
ПІДПРИЄМСТВА  
*Луцький національний технічний університет* 27

**Лук'янчук С. В., Опейда В. С., Под'япольський Д. О.**

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВАМИ ТА ЗАКЛАДАМИ ПОСЛУГ  
*Луцький національний технічний університет* 30

**Коханюк М.**

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ  
КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА  
*Рівненський державний гуманітарний університет* 32

<b>Мар'юк В. В., Жадько О. А., Дубровський В. С.</b> МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА <i>Луцький національний технічний університет</i>	35
<b>Оксенюк Р. Р.</b> АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ НА РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ ПІСЛЯ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ В УКРАЇНІ <i>Луцький національний технічний університет</i>	38
<b>Павлюк К. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>Луцький національний технічний університет</i>	41
<b>Пасічник О. В., Войтович С. Я.</b> МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЗАКЛАДАМИ ПОСЛУГ <i>Луцький національний технічний університет</i>	44
<b>Тижук В. І., Палічук С. В., Гаврилов В. О.</b> АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСУ ЗАСОБІВ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА <i>Луцький національний технічний університет</i>	46
<b>Федюков С. О., Трофимюк В. В., Шакіров Л. С.</b> СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА <i>Луцький національний технічний університет</i>	48
<b>Цицюра В. В.</b> ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ЗАСОБАМИ РЕКЛАМИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ <i>Рівненський державний гуманітарний університет</i>	50
<b>Цицюра О. В.</b> КОРПОРАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ: СУТЬ ТА ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ <i>Рівненський державний гуманітарний університет</i>	53

## СЕКЦІЯ 2 СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

<b>Гунько Н. В.</b> РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ <i>Луцький національний технічний університет</i>	57
<b>Задворний Б. Р.</b> РОЛЬ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ В РОЗРОБЦІ ТА ВПРОВАДЖЕННІ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ <i>Луцький національний технічний університет</i>	59

<b>Лорві І. Ф., Гнядий М. Ф., Коба Х. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА <i>Луцький національний технічний університет</i>	62
<b>Морохова В. О., Мірчук Н. О., Тимошук Д. В.</b> МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО РОЗРОБКИ ТА ВИВЕДЕННЯ НА РИНОК НОВИХ ТОВАРІВ <i>Луцький національний технічний університет</i>	65
<b>Паламарчук О. С.</b> ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ: РОЗКІШ ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ <i>Рівненський державний гуманітарний університет</i>	67
<b>Яблонська Ю. С.</b> БРЕНДИНГ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ <i>Луцький національний технічний університет</i>	69

### СЕКЦІЯ 3

#### МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

<b>Буднікевич І. М., Бастраков Д. А.</b> АКТУАЛЬНІ ЧИННИКИ ОНОВЛЕННЯ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНСТРУМЕНТІВ FASHION-МАРКЕТИНГУ <i>Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича</i>	73
<b>Вітковська Ю. В., Гричанюк О. О.</b> ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ <i>Луцький національний технічний університет</i>	78
<b>Жифарський Д. С.</b> ЗНАЧЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>Рівненський державний гуманітарний університет</i>	80
<b>Закревський А. В., Березюк В. О., Донець А. Д.</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА МАШИННОГО НАВЧАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ <i>Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана</i>	83
<b>Кирчу І. П., Бакун М. А.</b> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ <i>Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича</i>	86
<b>Ковтонюк І. І.</b> МАШИННЕ НАВЧАННЯ ДЛЯ ТАРГЕТОВАНОЇ МЕДІЙНОЇ РЕКЛАМИ <i>Луцький національний технічний університет</i>	89

**Ковтонюк І. І.**

ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ВИКЛИКИ  
ТА НЕДОЛІКИ

*Луцький національний технічний університет* 92

**Корець С. Ю.**

INFLUENCE-МАРКЕТИНГ

*Луцький національний технічний університет* 96

**Кузьмак О. І.**

ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З  
КЛІЄНТАМИ (CRM) В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

*Луцький національний технічний університет* 98

**Крупенна І. А., Тарновецький Я. В.**

НАПРЯМКИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В  
ПРАКТИКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича* 101

**Лорві І. Ф., Черниш А. М., Прилепа С. О.**

СУЧАСНІ ТРЕНДИ SMM

*Луцький національний технічний університет* 105

**Мандзюк Б. І.**

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ СПОСІБ  
ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ

*Луцький національний технічний університет* 107

**Шевчук Е. О.**

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-  
МАРКЕТИНГУ

*Луцький національний технічний університет* 110

**Шелест Д. О.**

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

*Луцький національний технічний університет* 112

#### СЕКЦІЯ 4. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СЕРЕДОВИЩІ ІНТЕРНЕТ

**Білецький О. Г.**

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ НА  
ДИНАМІКУ МЕДІАРЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

*ТОВ Сиріус, Луцький національний технічний університет* 116

**Богашко О. Л.**

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ  
НА ОСНОВІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини* 119

**Букало Н. А.**

ПОТРЕБИ СПОЖИВАЧІВ В ОСВІТНІХ ПОСЛУГАХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ 122

*Волинський національний університет імені Лесі Українки*

**Повстяна С. О.**

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

*Луцький національний технічний університет*

125

## СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗЯХ ЕКОНОМІКИ

**Бойко О. В., Некритюк Б. В.**

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В В2В-СЕГМЕНТІ

*Луцький національний технічний університет*

129

**Вальковець А. С.**

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

*Рівненський державний гуманітарний університет*

132

**Клімович О. М.**

СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

*Луцький національний технічний університет*

134

**Нікульча В. А., Фень К. С.**

CRM-СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

137

**Сяська О. В.**

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

*Рівненський державний гуманітарний університет*

140

**Хомич С. В., Пляшко О. С.**

ВЕБСКРАПІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОБЛІКУ ЦІН ТА ДИНАМІЧНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

*Рівненський державний гуманітарний університет*

143



А. С. Вальковець, викладач  
Рівненський державний гуманітарний університет

## СУЧАСНІ ТРЕНДИ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Застосування сучасних інформаційних технологій в бізнесі формує нові тенденції в системі світової економіки. Закони організації і розвитку економічних систем обумовлені правилами циркулювання інформації. Сучасні інтернет-технології дають можливість і фізичним і юридичним особам займатись електронною комерцією. Споживачі шукають прості і зручні web-послуги, покупки, інформацію, інтелектуальні продукти і т.п.

Електронна комерція є одним з основних елементів електронного бізнесу, що охоплює всі сфери телекомунікаційних технологій. Європейська комісія визначає електронну комерцію як «здійснення бізнесу електронним шляхом». Таким чином, система електронної комерції надає можливість таких послуг: здійснення електронного запиту; автоматичне виконання запиту; поширення електронними засобами необхідної інформації.

Електронна комерція має вагомі переваги порівняно із звичайними методами бізнесу та надання послуг, а саме: глобальна присутність Інтернет не має кордонів; оперативність та цілодобовий режим роботи; потужний рекламний потенціал та зниження затрат на рекламно-маркетингові заходи; зниження витрат на організацію і підтримку всієї інфраструктури бізнесу; додаткові бізнес-можливості: інтерактивні служби підтримки, довідкові та консультаційні онлайн послуги.

За даними дослідження компанії CBR, наприкінці 2020 року в Україні 10,6 млн людей регулярно купували в інтернеті - це третина населення. Йдеться про постійних клієнтів інтернет-магазинів і торгових майданчиків.

Актуальні тренди для української електронної комерції: спрощення інтерфейсу онлайн-магазинів, зростання частки мобільного трафіку, збільшення впливу соціальних мереж, впровадження екстра-сервісу і додаткової цінності для

клієнта, персоналізована видача товару, розвиток системи кредитування і розстрочки.

Згідно з даними опитування Deloitte в Україні, напередодні війни другий рік поспіль спостерігалася важлива тенденція: двократне переважання темпів зростання онлайн над офлайн. 22% респондентів зазначили, що почали купувати частіше онлайн, і лише 9% купують частіше офлайн. І ця тенденція лише посилювалася. Багато в чому завдяки наслідкам пандемії, яка привчила багатьох людей купувати онлайн. Як показало дослідження Soul Partners і Baker Tilly Україна, обсяг ринку електронної комерції в 2020 році зріс на 41% та досягнув \$4 млрд, що становило 8,8% від загального обсягу роздрібною торгівлі в Україні. Очікувалося, що ця частка за підсумками 2021-го буде на рівні 9,2%, або \$4,4 млрд.

Проте початок військової агресії росії проти України вніс свої корективи і на початок війни онлайн-торгівля в Україні практично повністю зупинилася. За даними маркетплейсу Prom.ua, кількість інтернет-замовлень у березні 2022 року, порівняно з минулим роком, стала нижчою на 63%. Проте вже у червні 2022 року цей показник майже відновився і склав 93%.

Загалом електронна комерція в Україні пережила спочатку шокове падіння, потім сплеск попиту на окремі категорії товарів і нарешті певну стабілізацію після масового переміщення людей, релокації складів та виробництв. Облаштування людей на новому місці або повернення їх додому поступово повертає продажі в інтернеті до зростання.

#### *Список використаних джерел*

1. Як змінюються звички українських інтернет-покупців. Результати дослідження CBR [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://retailers.ua/uk/news/management/11463-kak-menyayutsya-privyichki-ukrainskii-internet-pokupateley-rezultaty-i-issledovaniya-cbr>
2. Онлайн-торгівля в Україні у 2022-му: тренди українського інтернету та вплив війни [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/digital-v-ukraini-2022-trends/>