

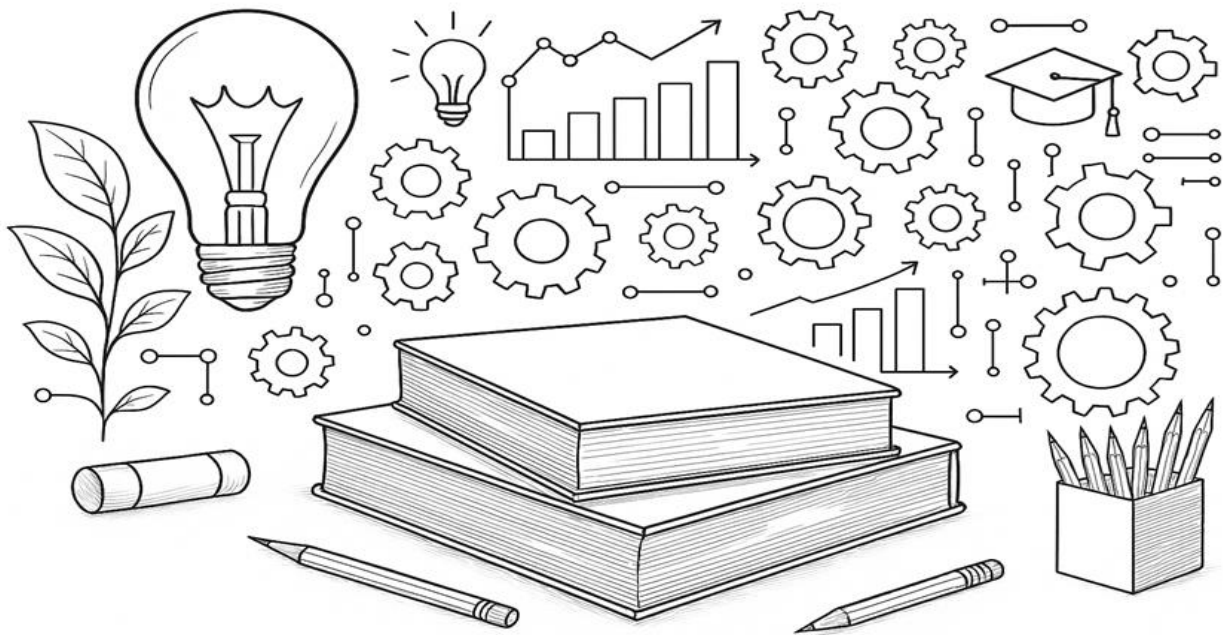
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ГРУЗИНСЬКА АКАДЕМІЯ АГРАРНИХ НАУК
ВАРШАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДНИЧИХ НАУК
КРАКІВСЬКИЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ГУГО КОЛЛОНТА
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК У ТАРНОВІ
МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ НАУК У ЛОМЖІ

Інноваційний потенціал сучасної освіти та науки

Збірник матеріалів

II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

11 квітня 2025 року



м. Кам'янець-Подільський - 2025

УДК 001.895(477)(063)

I 66

Рекомендовано до опублікування вченою радою Закладу вищої освіти «Подільський державний університет»

(протокол № ____ від _____ 2025 р.)

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Надія ПАВЛИК, доктор педагогічних наук, професор, дослідниця проєкту «Dialogues and Reading: Shared Reading for Ukrainian Young People (DaR:UA)», Global Studies, Aarhus University, Denmark.

Василь ЛУЧИК, доктор економічних наук, професор, професор кафедри протидії кіберзлочинності Харківського національного університету внутрішніх справ.

Віктор ДУГАНЕЦЬ, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри тракторів, автомобілів та енергетичних засобів. Закладу вищої освіти «Подільський державний університет».

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Леся ЗБАРАВСЬКА, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри інформаційних технологій, фізико-математичних та безпекових дисциплін.

Ірина МУШЕНИК, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри інформаційних технологій, фізико-математичних та безпекових дисциплін.

Наталія МАРЧУК, кандидат фізико-математичних наук, доцент, доцент кафедри інформаційних технологій, фізико-математичних та безпекових дисциплін.

Михайло ТОРЧУК, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри інформаційних технологій, фізико-математичних та безпекових дисциплін.

I 66 Інноваційний потенціал сучасної освіти та науки: зб. матеріалів II Міжнародної наук.-практ.інтернет-конф., (11 квітня 2025 року. Кам'янець-Подільський). - Кам'янець-Подільський Зклад вищої освіти «Подільський державний університет», 2025. 350 с. (Реєстрація УкрІНТЕІ:Посвідчення № 655 від 02.12.2024).

До збірника увійшли матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, присвячені обговоренню актуальних проблем і перспектив розвитку освіти та науки в умовах трансформаційних змін. У межах конференції розглядалися питання, що стосуються інформаційних технологій та інноваційних методів в освіті, актуальних аспектів удосконалення природничо-наукової підготовки фахівців, інноваційних підходів у галузі економіки, фінансів і обліку, новаторських стратегій розвитку гуманітарно-правової науки, взаємозв'язку науки і практики як шляху від реалій до перспектив, а також принципів, підходів і викликів інклюзивної освіти. Представлені наукові дослідження охоплюють як теоретичні, так і практичні аспекти, що сприяє інтеграції міждисциплінарних знань та пошуку ефективних рішень у відповідних сферах.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори наукових публікацій.

Точки зору авторів публікацій можуть не збігатися з точкою зору редколегії збірника.

УДК 001.895(477)(063)

© Зклад вищої освіти «Подільський державний університет», 2025

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ І ОБЛІКУ

ОЛЕНА БОЗУЛЕНКО

Роль логістики та маркетингу в забезпеченні сталого розвитку компанії... 201

НАТАЛІЯ БОРОВИК

Деякі особливості навчання підприємництву за програмою Estonian Business School..... 205

ВІКТОРІЯ БРАЗГОВКА

Цифрові ферми: впровадження автоматизованих систем управління сільським господарством..... 209

ЮЛІЯ ГАЙБУРА

Інноваційні підходи до формування фінансово-економічного потенціалу підприємства..... 213

ВІКТОРІЯ КІХ

Мінімізація бізнес-ризиків аграрних підприємств..... 217

ЮРІЙ ЧАПЛІНСЬКИЙ, КАТЕРИНА ЧАПЛІНСЬКА

Практичні аспекти управління репутацією підприємства..... 221

АЛЛА ЧИКУРКОВА, ІРИНА МУШЕНИК

Когнітивні інформаційні системи та їх вплив на прийняття рішень..... 224

ЛАРИСА ЧОРНОБАЙ, МАРІЯ БІЛОУС

Матеріально – технічне забезпечення підприємства..... 226

СЕКЦІЯ 4. НОВАТОРСЬКІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГУМАНІТАРНО- ПРАВОВОЇ НАУКИ

ІННА БОЛЮХ

Інноваційні підходи до правового регулювання в умовах цифрової трансформації суспільства..... 232

ЛАРИСА ГРОМИК

Професійно орієнтоване навчання української мови: сучасні тенденції та перспективи..... 235

OLEN CHAIKOVSKYI

Smart tourism and digitalization of tourist destinations in Kamianets-Podilskyi. 240

OLHA CHAIKOVSKA

ICT as a tool for improving the work efficiency of foreign language department.. 244

ОЛЕКСАНДР ШУТЯК

Історія становлення охорони праці: традиції, досвід, сучасність..... 247

СЕКЦІЯ 3.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ І ОБЛІКУ

Олена БОЗУЛЕНКО

кандидат економічних наук, доцент
кафедри менеджменту, маркетингу і міжнародної логістики
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Чернівці

РОЛЬ ЛОГІСТИКИ ТА МАРКЕТИНГУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ

Логістика є важливим елементом стратегічного управління, який дозволяє знижувати витрати, підвищувати ефективність постачання та покращувати рівень сервісу для кінцевого споживача. Маркетингова логістика функціонує на перетині двох основних напрямів – просування продукції та управління її постачанням, охоплюючи фізичну доставку, управління запасами та інші процеси, необхідні для ефективної реалізації маркетингової стратегії. Якщо говорити про її сутність, це не просто організація поставок або управління складами. Це стратегічний підхід, завдяки якому компанія може оперативно та результативно реагувати на запити ринку. Як зазначає Мартін Крістофер, логістика відіграє вирішальну роль в інтеграції маркетингу та управління ланцюгом постачання, впливаючи на задоволеність клієнтів і конкурентну перевагу компанії [1]. Це підтверджує, що оптимізація маркетингових та логістичних процесів створює синергію, яка значно підвищує результативність бізнесу та його конкурентоспроможність.

Значення логістики в маркетинговій стратегії є визначальним, оскільки ефективна доставка безпосередньо впливає на успішність просування товару. Якщо товар надходить із запізненням або в неналежному стані, це не просто підриває довіру споживачів до бренду, а й суттєво ускладнює реалізацію

маркетингових кампаній. Всі зусилля, спрямовані на просування продукції, можуть бути марними, якщо споживач не отримує товар у потрібний час та у відповідному вигляді. Тому управління ланцюгами постачання повинно бути інтегроване в загальну маркетингову стратегію компанії.

У роздрібній торгівлі ця взаємодія особливо важлива, оскільки ритейл залежить як від якості товару, так і від швидкості його постачання, наявності на полицях, а також гнучкості у відповідь на зміну попиту. Тут маркетингова логістика виступає інструментом, який допомагає бізнесу керувати товаропотоками та прогнозувати майбутні потреби споживачів завдяки аналітиці та сучасним технологіям. Приміром, такі компанії як Amazon та Zara успішно налаштовують свої логістичні процеси до змінюваних вимог ринку. Amazon активно використовує передові технології автоматизації складів та управління запасами для здійснення швидкої доставки, що значно поліпшує досвід покупців і підвищує успішність маркетингових кампаній. Своєю чергою, Zara відома здатністю швидко реагувати на зміни попиту завдяки гнучким і дієвим логістичним процесам, зберігаючи актуальність товарів і задовольняючи потреби споживачів у реальному часі.

Адаптація логістичних процесів до потреб ринку є важливою складовою маркетингової стратегії підприємства, що дозволяє набути конкурентних переваг, стійкість яких досягається завдяки управлінню ланцюжком створення вартості, який максимізує ефективність і ефективно відповідає вимогам клієнтів [2]. Конкурентні переваги, що виникають завдяки плідному поєднанню маркетингу і логістики, очевидні. Оптимізація логістичних процесів сприяє поліпшенню клієнтського досвіду, зниженню витрат на транспортування та складування, вдосконаленню управління запасами та мінімізації ризиків надлишкових або дефіцитних товарів, що забезпечує оперативну адаптацію до змін попиту та підвищення якості обслуговування.

Coyle Bardi та Langley зазначають, що інтеграція логістики та маркетингу є ключем до оптимізації ланцюга постачання, зниження витрат і забезпечення своєчасної доставки продуктів споживачам [3]. Синергетичне поєднання

маркетингових та логістичних функцій допомагає підприємствам зменшувати витрати та підвищувати рівень обслуговування клієнтів, що є ключовим для підтримки конкурентоспроможності в умовах сучасного бізнес-середовища.

Попри численні переваги інтеграції маркетингу та логістики, існують певні труднощі, які можуть ускладнити її впровадження. Наприклад, однією з основних проблем є недостатнє розуміння того, як логістика впливає на прибутковість і конкурентоспроможність компанії. Також можуть стати бар'єром високі витрати на технологічні рішення для автоматизації процесів. Окрім цього, обмеженість ресурсів і недостатня кількість кваліфікованих фахівців, здатних ефективно працювати на перетині маркетингу та логістики створюють додаткові виклики для бізнесу, ускладнюючи впровадження комплексних стратегій і знижуючи ефективність управління товаропотоками.

Кризові явища, такі як пандемія чи геополітичні конфлікти, суттєво впливають на функціонування маркетингової логістики. Перебої в ланцюгах постачання, що призводять до затримок у доставці товарів; скорочення купівельної спроможності споживачів, зростання витрат на логістику через підвищення цін на паливе та транспортні послуги змушує компанії шукати нові шляхи забезпечення стабільності поставок, переглядати свої стратегії та адаптуватися до нових реалій. У таких умовах стає важливим використання локальних виробників, цифрових технологій для підвищення прозорості процесів та пошук альтернативних логістичних рішень.

З огляду на динаміку змін у світовій економіці, маркетингова логістика буде продовжувати розвиватися, зокрема у таких напрямках, як автоматизація процесів за допомогою штучного інтелекту, що дає змогу точно прогнозувати попит та оптимізувати управління запасами, важливими для оптимізації витрат і своєчасної доставки товарів до споживачів. Штучний інтелект допомагає удосконалити аналіз поведінки споживачів і більш точно пристосовувати маркетингові стратегії під потреби ринку. Блокчейн-технології покращують прозорість ланцюга постачання, надаючи всім учасникам точні та надійні дані про стан товарів на кожному етапі їхнього руху. Вони підвищують рівень довіри

та безпеки, що є цінним для клієнтів, особливо в умовах глобальних криз та нестабільності. Інтернет речей (IoT) здійснює безперервний моніторинг товарів у процесі доставки та зберігання, автоматизуючи управління запасами та миттєво реагуючи на зміни попиту чи будь-які проблеми з товаром. Екологічно чисті логістичні рішення сприяють зміцненню репутації компанії в очах споживачів, оскільки сучасні покупці все більше цінують бренди, які активно піклуються про навколишнє середовище, що також може позитивно впливати на її операційну діяльність. Це припускає впровадження альтернативних видів пального, використання безпечних упаковок та оптимізацію транспортних маршрутів для зменшення викидів CO₂ [4].

Таким чином, маркетингова логістика є не просто технічним засобом бізнесу, а й стратегічним інструментом, що підтримує сталий розвиток компаній, підвищуючи їхню конкурентоспроможність та прибутковість. Її раціональне використання веде до оптимізації процесів постачання, розвитку клієнтського досвіду й адаптації бізнесу до сучасних викликів. Інтеграція маркетингових та логістичних стратегій дають «зелену вулицю» для створення ефективних бізнес-моделей, що відповідають умовам глобальної економіки та гарантують довгострокову стійкість підприємств.

Список використаних джерел

1. Christopher M. Logistics & Supply Chain Management. Harlow : Pearson Education, 2016. 310 p.
2. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York : Free Press, 1985. 557 p.
3. Coyle J. J., Bardi E. J., Langley C. J. The Management of Business Logistics: A Supply Chain Perspective .South-Western Cengage Learning, 2009. 544 p.
4. Захарченко І. В. Інноваційні рішення до управління ланцюгами постачання в світі та Україні. URL: <https://er.nau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2ca555bc-036a-4779-8d60-03c91425e6a3/content>