

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Національна школа публічного адміністрування (Канада)
Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)
Гентський університет (Бельгія)
Балтійська міжнародна академія (Латвія)
Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)
Покров Чехінвест s.r.o. (Чеська Республіка)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Україна)
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)
Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)
Державний торговельно-економічний Університет (Україна)
Сумський державний університет (Україна)
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського (Україна)
Ужгородський національний університет (Україна)
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної
академії наук України» (Україна)
Державна установа «Інститут демографії та проблем якості життя
Національної академії наук України» (Україна)
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (Україна)
Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської
організації «Співка аудиторів України» (Україна)
Торгово-промислова палата України (Україна)



ЗБІРНИК

III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

05 червня 2025 року

ПОЛТАВА

**Ministry of Education and Science of Ukraine
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»
Educational and Research Institute of Finance, Economy, Management and Law
(Ukraine)
National School of Public Administration (Canada)
Varna Free University «Chernorizets Hrabar» (Bulgaria)
Ghent University (Belgium)
Baltic International Academy (Latvia)
The International Research Education & Training Center (Estonia)
Pokrov Czechinvest s.r.o. (Czech Republic)
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine)
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»
(Ukraine)
V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine)
Kyiv National University of Construction and Architecture (Ukraine)
State University Of Trade And Economics
Sumy State University (Ukraine)
Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky (Ukraine)
Uzhhorod National University (Ukraine)
Public Institution «Institute for Economics and Forecasting of the National Academy
of Sciences of Ukraine» (Ukraine)
Public Institution «Institute for Demography and Quality of Life of the National
Academy of Sciences of Ukraine» (Ukraine)
Ukrainian Association for Management Development and Business Education
(Ukraine)
Poltava Territorial Branch of the All-Ukrainian Professional NGO «Union of Auditors
of Ukraine» (Ukraine)
Ukrainian Chamber of Commerce and Industry (Ukraine)**

COLLECTION

III International Scientific and Practical Internet Conference

«SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CHALLENGES AND THREATS IN CONDITIONS OF MODERN REALITIES»

June 05, 2025



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Poltava

УДК 330.34-021.87”363”:342.77
С 76

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу
Національного університету імені Юрія Кондратюка заборонено

Редакційна колегія:

Онищенко С.В., д.е.н., професор;
Крекотень І.М., к.е.н., доцент;
Глебова А.О., к.е.н., доцент;
Глушко А.Д., к.е.н., доцент;
Гришко В.В., д.е.н., професор;
Карпенко Є.А., к.е.н., доцент;
Кульчій І.О., канд. держ. упр, доцент;
Птащенко Л.О., д.е.н., професор;
Свистун Л.А., к.е.н., доцент;
Чижевська М.Б., к.е.н., доцент;
Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор.

Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій : матеріали
С 76 III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 05 червня 2025 р. – Полтава :
Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2025. – 387 с.

У збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції розглянуто теоретичні, методологічні й практичні аспекти, виклики та загрози розвитку суб’єктів господарювання та держави в умовах сучасних реалій.

Досліджено теоретичні та практичні аспекти співпраці влади, менеджменту підприємства та громадських інституцій у контексті цілей сталого розвитку. Визначено проблеми та перспективи стабілізації фінансової системи як умова євроінтеграції України. Висвітлено сучасний стан та перспективи розвитку міжнародної економічної діяльності України. Досліджено особливості бухгалтерського обліку, аудиту, контролю й оподаткування суб’єктів господарювання в умовах сучасних реалій, а також окреслено перспективи соціально-економічного розвитку країни в контексті євроінтеграції.

Збірник розраховано на фахівців із фінансів, економіки та менеджменту, працівників органів державної влади й місцевого самоврядування, науковців, викладачів, аспірантів і студентів.

УДК 330.34-021.87”363”:342.77
С 76

*Матеріали друкуються мовою оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори*

© Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ISBN 978-966-616-186-7

Список використаних джерел

1. Бондаренко, В. В. Логістика: теорія та практика управління. К.: Центр учбової літератури, 2020. 328 с.
2. Григоренко, Т. О. Автоматизація логістичних процесів: сучасні підходи та інструменти. *Економіка та управління*. 2021. №4(36). С. 45–52.
3. Christopher, M. *Logistics & Supply Chain Management*. 6th ed. Pearson Education, 2022. 456 p.

УДК 330

Іванов Ю.В., к.е.н., доцент; Вергал К.Ю. к.е.н., доцент
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)
Ашурков К.П., комерційний директор ТОВ «Ангробудсервіс»
(м. Полтава, Україна)

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ

Інформаційна логістика в сучасному бізнес-середовищі стає не менш важливою, ніж фізична доставка товарів. Швидкість і точність обміну інформацією визначають ефективність логістичних операцій, взаємодію з клієнтами та прийняття управлінських рішень. Особливого значення набуває вивчення маркетингових аспектів інформаційної логістики, адже саме вони дозволяють забезпечити ринкову орієнтацію інформаційних потоків і підтримати конкурентоспроможність підприємства. В епоху цифрових технологій ефективне управління інформацією стає основою стратегічного маркетингового планування, просування товарів і послуг, побудови лояльності клієнтів.

Інформаційна логістика – це система організації, управління та оптимізації потоків інформації між усіма учасниками логістичного ланцюга. Вона забезпечує узгодження даних щодо попиту, запасів, маршрутів, термінів доставки, взаєморозрахунків тощо. Інформаційна логістика охоплює як внутрішні процеси (взаємодія між підрозділами компанії), так і зовнішні (обмін інформацією з постачальниками, партнерами, клієнтами).

Ключова мета інформаційної логістики — забезпечення своєчасного надходження достовірної інформації до відповідних користувачів у потрібному форматі. Це дозволяє не лише підвищити якість управлінських рішень, а й зменшити витрати, пов'язані з помилками, затримками та дублюванням інформації. Інформація виступає не лише інструментом, а й стратегічним активом, що впливає на ринкову позицію компанії.

Основні маркетингові аспекти у структурі інформаційної логістики можна відобразити наступним чином:

1. Орієнтація на споживача. Збір, аналіз і обробка інформації про потреби споживачів дозволяє адаптувати логістичні процеси під індивідуальні вимоги клієнтів. На основі зібраних даних формуються персоналізовані пропозиції, покращується сервіс, підвищується задоволеність покупців.

2. Інформаційна підтримка маркетингових рішень. Дані з інформаційної логістики використовуються для розробки маркетингових стратегій, прогнозування попиту, визначення ефективних каналів дистрибуції. Це сприяє адаптації пропозицій до динаміки ринку та підвищенню точності маркетингових кампаній.

3. Підтримка цінової політики. Завдяки контролю за витратами в логістичному ланцюзі маркетинг може формувати більш конкурентоспроможні ціни. Оптимізація логістичних витрат дозволяє запропонувати споживачам вигідніші умови без зниження якості обслуговування.

4. Розвиток CRM-систем. Інтеграція інформаційної логістики з системами управління взаємовідносинами з клієнтами дозволяє забезпечити індивідуалізоване обслуговування, передбачати поведінку клієнтів, підвищувати їх лояльність.

5. Підвищення прозорості комунікацій. Завдяки інформаційним системам забезпечується відкритість взаємодії з клієнтами, можливість контролювати всі етапи обслуговування та оперативно реагувати на звернення. Одним з таких

Інструменти реалізації маркетингової інформаційної логістики:

- Системи електронного обміну даними (EDI). Забезпечують швидкий і точний обмін документацією між компаніями. Це знижує паперове навантаження, пришвидшує процеси і підвищує ефективність співпраці.

- Бази даних і аналітичні платформи. Сприяють обробці великих обсягів інформації про поведінку споживачів, ефективність логістичних каналів, результати рекламних кампаній. Сучасні аналітичні системи використовують візуалізацію даних, що полегшує сприйняття інформації менеджментом.

- Маркетингові інформаційні системи (MIS). Систематизують інформацію з різних джерел для підтримки управлінських рішень у сфері маркетингу. MIS дозволяють моделювати різні сценарії ринкової поведінки та вчасно реагувати на зміни в попиті.

- Big Data та штучний інтелект. Використовуються для побудови моделей споживчої поведінки, оптимізації логістичних маршрутів з урахуванням ринкової ситуації. ШІ може автоматично формувати рекомендації для клієнтів, підвищуючи ефективність продажів.

- IoT (Інтернет речей). Завдяки підключеним пристроям відбувається безперервний збір даних про стан товарів, транспорту та складських приміщень. Це підвищує якість обслуговування і дозволяє швидко усувати проблеми.

Інтеграція маркетингової та логістичної функцій є запорукою високої клієнтоорієнтованості бізнесу. Маркетинг задає напрямок і цілі, а логістика забезпечує їхнє фізичне і інформаційне досягнення. Завдяки зворотному зв'язку маркетинг отримує інформацію про реальні логістичні можливості та обмеження, що дозволяє коригувати плани та стратегії.

Сучасна логістика не лише підтримує маркетинг, а й стає його активною складовою. Наприклад, швидкість доставки може бути конкурентною перевагою, що безпосередньо впливає на сприйняття бренду. Злагоджена робота між цими напрямками дозволяє створити цінність для клієнта, яка виходить за межі самого товару — включаючи сервіс, зручність та довіру.

Маркетингові аспекти інформаційної логістики відкривають нові можливості для підвищення ефективності бізнес-процесів і покращення взаємодії з клієнтами. В умовах цифрової трансформації саме інформація стає ключовим ресурсом, який потрібно ефективно збирати, аналізувати та використовувати для досягнення конкурентних переваг. Поєднання маркетингових підходів і логістичної точності дозволяє створити стійку систему управління, що адаптується до потреб ринку і забезпечує високу якість обслуговування.

Таким чином, підприємства, які інтегрують інформаційно-логістичні інструменти з маркетинговими стратегіями, здатні краще розуміти своїх клієнтів, прогнозувати їхні потреби та оперативно реагувати на ринкові виклики. Успішна інформаційна логістика сприяє не лише зниженню витрат, а й підвищенню цінності бренду, створюючи умови для сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Балабанова, Л. В. Маркетингова логістика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2019. 288 с.
2. Крикавський, Є. В. Логістика: теорія і практика. Львів: ІНТЕЛЕКТ-ЗАХІД, 2020. 456 с.
3. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. 15th ed. Pearson Education, 2016. 832 p.