



МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

MARKETING AND LOGISTICS IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT: CHALLENGES OF DIGITAL GLOBALIZATION

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ XV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ





**Co-funded by
the European Union**



МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)
Institute for Regional Studies. E. Dolny (Ukraine)
Department of Marketing, Marie Curie-Skłodowska University (Poland)
Department of Production Management and Logistics of Poznan Polytechnic (Poland)
Department of Marketing, Krakow University of Economics (Poland)
Department of Banking and Finance, Higher School of Finance and Law (Poland)
NGO «Ukrainian Logistics Association» (Ukraine)
NGO «Ukrainian Marketing Association» (Ukraine)
NGO «Union of Marketing Managers of Ukraine» (Ukraine)

**MARKETING AND LOGISTICS
IN THE MANAGEMENT SYSTEM:
CHALLENGES OF DIGITAL GLOBALIZATION**

**in memory of Professor
Yevhen Krykavskyi**

**Abstracts of the
XV International Scientific and Practical Conference**

Lviv, October 17–18, 2024

Lviv
Lviv Polytechnic Publishing House
2024

Кафедра маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)
Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього (Україна)
Кафедра маркетингу Університету Марії Кюрі-Склодовської (Польща)
Кафедра виробничого менеджменту і логістики Познанської політехніки (Польща)
Кафедра маркетингу Краківського Економічного Університету (Польща)
Кафедра банківської справи і фінансів Вищої школи фінансів і права (Польща)
ВГО «Українська Асоціація Логістики» (Україна)
ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна)
ВГО «Об'єднання маркетологів України» (Україна)

МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**пам'яті професора
Євгена Крикавського**

Тези доповідей
XV Міжнародної науково-практичної конференції

Львів, 17–18 жовтня 2024 р.

Львів
Видавництво Львівської політехніки
2024

- Маркетинг і логістика в системі менеджменту:**
М 266 виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. [Електронне видання]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. – Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings>, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова укр. і англ.
ISBN 978-966-941-962-0

Викладено матеріали, розглянуті на конференції, в яких висвітлено питання теорії маркетингу і логістики, практичного міжнародного досвіду інтеграції маркетингу і логістики в системі сучасного менеджменту, результати досліджень вітчизняних та іноземних науковців.

Матеріали становлять інтерес і можуть бути корисними для широкої наукової громадськості, керівників виробництв та державних установ, викладачів і фахівців з маркетингу і логістики, слухачів системи підвищення кваліфікації, студентів вищих навчальних закладів.

УДК 339.188.4

Матеріали подано в авторській редакції

Відповідальний за випуск У. О. Балик

МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В ЕПОХУ ПОСТГЛОБАЛІЗМУ

Концепція маркетингу передбачає аналіз прийняття маркетингових рішень з урахуванням стану маркетингового середовища підприємства: мега, макро, мезо та мікро. З початком процесів глобалізації, умовною датою якого визначено початок 90-х років минулого сторіччя роль мегамаркетингового середовища почала відігравати все більше значення, змінюючи риси сучасного світу, структуру виробництва та конкурентоспроможність національних економічних систем, форми та методи ведення бізнесу, що за деякими ключовими ознаками була спроба описано у роботі [1]. Хвилі викликів, які почали збурювати сталість ринків після Другої світової війни – науково-технічна революція, зміни технологічних укладів, системи цінностей західного суспільства, моделі поведінки споживачів, глобалізаційні процеси призвели до того, що почали казати про турбулентність, а зараз про невизначеність маркетингового середовища в якому працюють промислово-виробничі підприємства провідних країн світу. Провідні світові think tank почали задаватися питаннями щодо того, як буде виглядати Next Normality [2],[3], коли її можна чекати, які технології, форми виробництва тощо будуть її складати. Проте, всі ці прогнози не враховували одного ключового виклику. Сучасний світ – результат Ялтинської та Потсдамської конференції, яка передбачала певний світовий устрій з біполярною центрами політичного та економічного впливу. Першим поштовхом для її зміни був епохальний візит президента США Ніксона до Китаю, використовуючи існуючі на той час протиріччя між КНР та СРСР. Наслідком такого візиту було відкриття Китаю для світового ринку, перенесення виробництв товарів для споживчого ринку, яким притаманна монополістична конкуренція, цінова конкуренція на виснаження. Логіка такого ходу була економічно та політично доцільною: цінове виснаження веде до низької оплати праці, що масово породжує протести пролетарії з низькою кваліфікацією. Практика з такою логікою була перенесена вже з тоталітарного комуністичного Китаю на інші, вже некомуністичні тоталітарні країни Південно-Східної Азії. Поступово в наслідок продуманої політики влади КНР ґрунтуючись на низькій вартості факторів виробництва, розвинутій морській логістиці відбулось формування нового індустріально-економічного центру тяжіння – КНР. Другою зміною Ялтинсько-Потсдамського світу був розпад СРСР. Сучасна рф не будучи ні ідеологічним, ні економічним, ні технологічним нащадком колишньої комуністичної імперії неминуче стала втрачати важелі світового впливу. Сучасний Китай ставши другою економікою світу став, де-факто, новим центром тяжіння для нових тоталітарних індустрій світу, країн-невдах як рф та інших країн так званого «глобального півдня», перспективи яких оволодіти технологіями п'ятого та шостого технологічного укладів є примарними. Остаточним цвяхом в домовину Ялтинського-Потсдамського світ стала військова агресія рф проти України. Бажаючи відновити привілеї того світу з економіко-технологічною прив'язкою до полюсу впливу рф фактично її остаточно поховала. Намагання країн Заходу ввести рф в глобальну економічну систем з розрахунком, що економічна модернізація призведе до того, що росія стане частиною великого Заходу, його економіки та системи цінностей, потерпіли фіаско. Модернізація без вестернізації призвела лише до використання західних компонентів для модернізації озброєнь та військової агресії. Певним чином, такі ж надії були пов'язані із Китаєм: вплетіння КНР в павутиння глобальної економіки Заходу за задумкою передбачала його поступову демократизацію. Проте, практика показала, що будь-яка тоталітарна країна використовує доступ до технологій Заходу лише як інструмент швидкої технологічної модернізації задля досягнення цілей панування та розповсюдження власного політичного впливу. Ідеї Троцького про перманентну революцію, так само як і ідеї класиків марксизму про неможливість мирного співіснування комуністичного та капіталістичного світів в сучасному світі трансформувалось в неможливість мирного співіснування демократичних та авторитарних режимів. І якщо за домінуючою на той час думкою основними зонами конфліктів за теорією Гамільтона будуть протистояння християнського та

мусульманського світів сталося по іншому: війна в Україні, де-факто, стала і каталізатором, і точною кристалізацією відносно полюсів демократії та авторитаризму. Все це призвело до необхідно переосмислення сучасної світової економіки, маркетингових і логістичних стратегій та ланцюжків. Які ж практичні наслідки все це буде мати для діяльності підприємств? Зупинимось на найбільш важливих з них на наш погляд:

1. Фактично, ми можемо спостерігати формування нового полярного, антогоністичного за ключовими критеріями, світу та, як наслідок, нових геополітичних плит, які вже, фактично, вступили і в економічне протистояння!!! Це протистояння між авторитарною геополітичною платформою з центром в Пекіні та інкорпорованими в нею РФ, країнами «глобального півдня» як сировинного придаток, та глобальним Заходом, який є тримачем високих технологій, що формують сучасні технологічні уклади.

2. Відбувається переосмислення підходів до економічної діяльності: неможна більше знаходитися в стані військового конфлікту і одночасно вступати в економічні відносини, як це зараз відбувається в між КНДР та Республікою Корея, зокрема її одним з дуже відомих концернів, використовуючи дешеву робочу силу в демілітаризованій зоні. Поточні економічні вигоди тут неминуче ведуть до стратегічного програшу.

3. Відбуваються зміни к конкуренції: від регіональних угруповань до цивілізаційної конкуренції, про що ми писали ще в 2009 р. [4, с. 94]. Така конкуренція носить екзистинціональний характер.

4. Як і вистрели Брейвіка призвели до початку кінця мультикультуралізму в Європі, так і війна в Україні призвела до кінці епохи глобалізму в тому вигляді, як вона задумувалася в 70-80хх роках ХХ сторіччя в епоху Ялтинсько-Потсдамського світу. Стає зрозумілим для лідерів провідних держав Заходу, керівників підприємств щодо необхідності переходу від глобалістики, до пост-глобалістики, яка передбачає формування замкнутих мережевих екосистем в межах цивілізаційних геополітичних платформ, які працюють за спільними цінностями, принципами та методами роботи, належать до одного з полюсів нового тяжіння. Глобальна конкуренція вже це і так стимулювала, про що було написано в [5].

5. Стратегічними цілями Заходу в цивілізаційній конкуренції є реіндустріалізація, поступове зняття залежності від КНР в споживчих товарах, а також в виробництві елементної бази, деталей та компонентів, необхідних для промислового виробництва. Це вимагає цілої низки змін: перенесення виробництва, формування кластерів, наукових та технологічних парків, нових ланцюгів поставок, максимізація виходячи із існуючих технологічних можливостей автоматизації та роботизації виробництва задля зменшення впливу факторів виробництва за якими конкурують тоталітарні економічні системи, залучення кваліфікованої робочої сили, перегляд маркетингової стратегії кожного окремого підприємства в контексті збільшення рівня автоматизації виробництва, підготовка суспільства до таких змін, тощо. Тут є гарні перспективи для України та країн Східної Європи.

Список використаних джерел

1. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Маркетингова діяльність в контексті фундаментальних змін. Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". 2022. №24. С. 99-103.
2. Войтко С. В. Розвиток економік країн світу в умовах Next Normality та Industry 4.0. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2020. № 17. С. 93–104
3. Костянчук К.В., Зозульов О.В. Індустрія 4.0: технології new normality та їх вплив на маркетингову діяльність. Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". 2021. №19. С. 115-120.
4. Зозульов А.В. Промышленный маркетинг: стратегический аспект: Учеб. пособие. – Х.: Студцентр, 2005. – 328 с.
5. Зозульов О. Підмогільна О. Принципи формування маркетингової стратегії: від унітарних до інтегрованих корпоративних маркетингових стратегій. Маркетинг в Україні. 2013. № 3 (78). С. 41-48.