

4. Tsyfrova hromada : ofitsiyni vebсайт Ministerstva tsyfrovoi transformatsii Ukrainy. URL: <https://hromada.gov.ua> (data zvernennia: 05.12.2025).

УДК 658.89:614.2

**УПРАВЛІНЯ МАРКЕТИНГОВИМИ СТРАТЕГІЯМИ НА РИНКУ
МЕДИЧНОГО ОБЛАДНАННЯ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЦИФРОВІ
РІШЕННЯ**

**MARKETING STRATEGY MANAGEMENT IN THE MEDICAL
EQUIPMENT MARKET: CURRENT TRENDS AND DIGITAL
SOLUTIONS**

Pylypiv N. I.

Doctor of Economic Sciences, professor, Head of the Department of
Entrepreneurship, Trade, and Applied Economics, Vasyl Stefanyk Carpathian
National University, Ukraine

Podyacha Y. V.

Applicant of the second (master's) level of higher education in the specialty
076 «Entrepreneurship and Trade» Vasyl Stefanyk Carpathian National University,
Ukraine

У сучасних умовах розвитку економіки конкурентоспроможність підприємств визначається не лише якістю продукції, а й здатністю ефективно формувати та реалізовувати власні маркетингові стратегії. Особливо це актуально для ринку медичного обладнання, який характеризується високою динамічністю, технологічністю та підвищеними вимогами до точності прийняття управлінських рішень. За таких умов підприємства потребують науково обґрунтованих підходів до взаємодії зі споживачами та формування стійких конкурентних позицій.

Управління маркетинговими стратегіями посідає ключове місце в системі стратегічного розвитку підприємства. Маркетингова стратегія – це не лише комплекс інструментів, а й цілісний, логічно вибудований план дій, що визначає напрями роботи з ринком, цілі, механізми позиціонування та принципи взаємодії з партнерами й споживачами. Саме стратегічний підхід забезпечує узгодженість рішень, адаптацію до змін ринкового середовища та формування довгострокової конкурентної переваги.

Процес управління маркетинговими стратегіями охоплює планування, моніторинг, прогнозування, виявлення ризиків та координацію діяльності всіх підрозділів підприємства [2, с.156]. Однією з найважливіших його складових є системне дослідження ринку. Аналіз потреб та поведінки споживачів, вивчення конкурентного середовища, оцінювання тенденцій розвитку галузі дають змогу формувати реалістичні прогнози попиту й визначати перспективні напрями діяльності [1]. Сучасні цифрові інструменти – аналітичні платформи, Big Data, прогнозні моделі – значно підвищують точність таких досліджень.

Важливим елементом маркетингової діяльності є сегментація ринку, яка дає змогу розподілити споживачів на групи за їхніми характеристиками та потребами. Це забезпечує більш точне позиціонування продукції та персоналізацію маркетингових комунікацій, що є критичним для ринку медичного обладнання, де вимоги клієнтів можуть суттєво відрізнятись.

На рисунку 1 представлено структуру управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві.



Рисунок 1 - Стратегічні підходи до управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві

Схема показує взаємозв'язок стратегічного, аналітичного та операційного рівнів управління. Вона підкреслює, що всі елементи маркетингової діяльності мають працювати узгоджено для ефективного реагування на зміни ринку.

Сучасні тенденції розвитку бізнесу нерозривно пов'язані з цифровізацією. Її вплив охоплює всі аспекти діяльності підприємства: від

автоматизації процесів до впровадження електронного документообігу, використання CRM-систем, інтелектуальної аналітики та штучного інтелекту для прогнозування споживчої поведінки. В Україні цифрова трансформація підтримується на державному рівні. Створення у 2019 році Міністерства цифрової трансформації України та визначення його завдань Постановою Кабінету Міністрів України № 940 від 09.10.2020 р. підтверджують стратегічну значущість цифрової модернізації економіки [3].

Використання цифрових інструментів у маркетингу дає змогу підвищити точність аналітики, оптимізувати комунікації, забезпечити персоналізацію взаємодії та підвищити результативність рішень. У сфері медичного обладнання це є важливою передумовою формування конкурентних переваг, оскільки дозволяє підприємствам оперативно реагувати на зміни попиту та технологічні інновації.

З цього можна зробити висновок, що ефективне формування та управління маркетинговими стратегіями підприємств на ринку медичного обладнання є ключовим фактором їхнього розвитку. Цифровізація значно підвищує точність стратегічних рішень і покращує маркетингові комунікації. Поєднання аналітичних підходів із сучасними цифровими технологіями є необхідною умовою ефективного функціонування та сталого розвитку підприємств у сучасній економіці.

Список використаних джерел:

1. Гузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. №12. С. 227-234. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/38.pdf (дата звернення 03.11.2025)
2. Остряніна С. Практична значущість принципів управління у формуванні механізму конкурентоспроможності підприємства. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації: матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 18-19 квітня 2019 р.* Полтава: ПУЕТ, 2019. С. 155-158.

3. Постанова Кабінету Міністрів України № 940 від 09.10.2020 р.
 Питання Міністерства цифрової трансформації України. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF>

УДК 339.187.6:005.53:004

**ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
 ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ
 ТРАНСФОРМАЦІЇ**

**LOGISTICAL SUPPORT FOR THE COMPETITIVENESS OF TRADE
 ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION**

Алексенко Кирил Віталійович,
 магістр Уманського державного педагогічного університету
 імені Павла Тичини, м. Умань, Україна
 Aleksenko Kirill Vitaliyovych,
 Master's student of Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
 Uman, Ukraine

kyryl.aleksenko@udpu.edu.ua

Хлівнюк Аліна Михайлівна,

магістр Уманського державного педагогічного університету
 імені Павла Тичини, м. Умань, Україна

Khlivnyuk Alina Mykhailivna,

Master's student of Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
 Uman, Ukraine

alina.khlivniuk@udpu.edu.ua

У сучасних умовах цифровізації економіки підприємства торгівлі зіштовхуються з посиленням конкуренції, зміною поведінки споживачів та необхідністю оперативного реагування на запити ринку. Логістичні процеси стають ключовим елементом бізнес-моделі підприємств, оскільки визначають швидкість і якість товаропросування, рівень витрат та здатність забезпечити постійний сервіс. Тому логістичне управління виступає важливим інструментом зміцнення конкурентних позицій торговельних компаній в умовах цифрового розвитку.

Сучасні трансформаційні процеси в Україні, пов'язані з децентралізацією та цифровізацією, актуалізують потребу у вдосконаленні механізмів управління ринком освітніх послуг у територіальних громадах. Підвищення рівня конкурентоспроможності закладів освіти потребує