

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ



*Маркетингові стратегії,
підприємництво і торгівля: сучасний
стан, напрямки розвитку*

**VI Міжнародна науково-практична інтернет-
конференція**

з нагоди 95-річчя КНУБА

Тези доповідей

10 квітня 2025 року

УДК 339.138.631.11
М75

*Поширення і тиражування без офіційного дозволу
Київського національного університету будівництва і архітектури заборонено*

М75 Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 10 квітня 2025 року) : тези доповідей / відп. ред. П. В. Захарченко. Київ : КНУБА, 2025. 768 с.

У збірнику опубліковано матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». Наведено результати досліджень з проблем розвитку економіки та підприємництва в Україні зі шляхами їх вирішення; викликів, можливостей та інновацій у маркетингу і менеджменті у підприємстві; особливостей бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту підприємницьких структур; стану і напрямів розвитку сучасної торгівлі і логістики; стану управління якістю та безпечністю товарів та послуг; розробки маркетингових стратегій в умовах цифрової трансформації; характеристики сучасних будівельних матеріалів і виробів на ринку України; формуванні професійних компетентностей у здобувачів вищої та фахової передвищої освіти за спеціальностями галузі знань «D Бізнес, адміністрування та право» на сучасному етапі.

Відповідальний за випуск: Захарченко П. В. – канд. техн. наук, професор

Матеріали друкуються в авторській редакції. Втручання в обсяг та структуру матеріалів максимально зменшено

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ КОМІТЕТ

- Дніпров О. С.* – д-р юрид. наук, професор, ректор КНУБА (м. Київ) – *голова міжнародного наукового комітету*;
Кузіков П. М. – *д-р екон. наук, професор, голова Вченої ради КНУБА (м. Київ) – співаголова*;
Гоц В. І. – д-р техн. наук, професор, декан будівельно-технологічного факультету КНУБА (м. Київ) – *співаголова*;
Захарченко П. В. – канд. техн. наук, професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА, віце-президент Академії будівництва України (м. Київ) – *співаголова*;
Лич В. М. – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування КНУБА (м. Київ) – *співаголова*;
Приюцька Н. В. – д-р техн. наук, професор, перший проректор з науково-педагогічної роботи Державного торговельно-економічного університету (м. Київ);
Гринько Т. В. – д-р екон. наук, професор, декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (м. Дніпро);
Дубас Р. Г. – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» (м. Київ);
Лозова Т. М. – д-р техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю Львівського торговельно-економічного університету (м. Львів);
Паслова В. А. – д-р екон. наук, професор, професор кафедри міжнародної торгівлі і підприємництва Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро);
Бондар-Підгурська О. В. – д-р екон. наук, доцент, професор кафедри менеджменту Полтавського університету економіки і торгівлі (м. Полтава);
Омельченко Н. В. канд. техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства, торговельного підприємництва та експертизи товарів Державного закладу «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» (м. Полтава);
Глебова А. О. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і логістики Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (м. Полтава);
Stoykova Temenuga PhD, Associate Professor, доцент товарознавства, Економічний університет; судовий експерт з товарознавства та економічної експертизи (м. Варна, Болгарія);
Zvirgzdina Rosita – Dr.oec. (Econ), Professor, Head of Commerce Department Turība University (Riga, Latvia);
Kuzior Aleksandra, dr hab., prof. PŚ, Vice-Dean for Cooperation and Development, Faculty of Organization and Management, Silesian University of Technology in Gliwice (SUT) (м. Глівіце, Польща);
Dźwigol-Barosz Mariola, dr hab., prof. PŚ, Department of Management, Faculty of Organization and Management, Silesian University of Technology in Gliwice (SUT) (м. Глівіце, Польща);
Datsenko Ludmyla, B.Ed., MA – Adjunct Professor Vanier College Continuing Education (Montreal, Quebec, Canada), Marketing Manager Desjardins (Canada);
Личина Н. П. – д-р техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Дименко Р. А. – д-р екон. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Березовський Ю. В. – д-р техн. наук, професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Златат-Лозинська Л. О. – д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування КНУБА (м. Київ).

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

- Голова:** *Юдіцева О. П.* – канд. техн. наук, доцент, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ)
Відповідальний секретар організаційного комітету:
Хлапоніна С. І. – асистент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ)
Члени організаційного комітету:
Самойленко А. А. – канд. техн. наук, доцент, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Алаверди Л. М. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Даценко Б. М. – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Лазаренко В. І. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Максютенко І. Є. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Огороднік І. В. – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Романенко О. В. – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА (м. Київ);
Шеремет М. М. – регіональний директор ТОВ «Епіцентр» (м. Київ);
Куницький М. В. – директор ТЦ «Епіцентр К 7» (м. Київ);
Паламарчук О. К. – комерційний директор ТЦ «Епіцентр» (м. Боярка);

| ЗМІСТ | |
|--|----|
| <i>ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ, ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ</i> | |
| СОЦІАЛЬНА АКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ У СПІВФІНАНСУВАННІ ОСВІТНИХ ІННОВАЦІЙ Віра Сафонова | 19 |
| РОЛЬ ГРАНТІВ У ДЕРЖАВНОМУ РЕГУЛЮВАННІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ Сергій Шевченко | 22 |
| НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ Оксана Соріна, Олександр Пустарнаков | 26 |
| ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ Оксана Соріна, Віталій Коломосць | 29 |
| ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ В УКРАЇНІ Галина Рижкова, Софія Нечипоренко | 34 |
| ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ Артем Данильченко | 36 |
| ПОБУДОВА БІЗНЕС-МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА Максим Довгань | 39 |
| РОЗВИТОК БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ Олена Бородіна, Олександр Жарков | 42 |
| ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПРОМИСЛОВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА ВОЄННИХ ЗАГРОЗ Олексій Косов | 44 |
| СТАЛИЙ РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ЗОВНІШНІХ ВИКЛИКІВ Максим Шолудько | 47 |
| ПРОЕКТНИЙ ТА ПРОЦЕСНИЙ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ Богдан Березка | 50 |
| РЕГІОНАЛЬНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗМІНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ Богдан Бородін | 53 |
| ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЄКТИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ Богдан Охрімчук | 55 |
| АНАЛІТИКО-КОНТРОЛІНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СТРАТЕГІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА Віталій Марченко | 57 |
| НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ Наталія Каличева, Данііл Ричков | 60 |
| ВПЛИВ ВОЄННИХ ДІЙ НА ЕКОНОМІКУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ, АДАПТАЦІЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ Юлія Швидун, Ярослав Кравченко | 62 |
| ВПЛИВ КОРУПЦІЇ ТА БЮРОКРАТІЇ НА ЕКОНОМІКУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ, АДАПТАЦІЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ Юлія Швидун, Едем Абібуласв | 64 |
| СТАЛИЙ РОЗВИТОК МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ БУДІВЕЛЬНОГО СЕКТОРУ | 68 |

| | |
|---|-----|
| Валерія Алавердян, Людмила Алавердян | |
| СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ: ВПЛИВ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК Людмила Алавердян, Владислав Островський | 70 |
| АНАЛІТИКА ПРОБЛЕМ ФІНАНСУВАННЯ І РОЗВИТКУ СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ Олена Куценко, Анастасія Єрмоленко | 73 |
| ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА МІНІМІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНИХ РИЗИКІВ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АРЛАНДА СЕРВІС» Андрій Закревський, Марія Бзенко | 77 |
| ДЕПОЗИТИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В СИСТЕМІ ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ Катерина Малиновська, Оксана Кляшторна | 80 |
| ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІОСФЕРОСУМІСНОГО БУДІВНИЦТВА ЖИТЛА Денис Названов, науковий керівник – Мирослава Зінченко | 83 |
| АНАЛІТИКА ДИНАМІКИ ВПЛИВУ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ Олена Куценко, Ярослава Щеглова | 86 |
| ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ОПЕРАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВ-СТЕЙКХОЛДЕРІВ У БУДІВНИЦТВІ Юлія Кричевська | 90 |
| ПАРТНЕРСТВО ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ Дмитро Сімонов | 94 |
| ОПЕРАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ КРИЗИ: АДАПТАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ ДО ЕКОНОМІЧНИХ ВИКЛИКІВ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АТЬ-МАРКЕТ») Олександра Золотаренко, Ірина Максютенко | 96 |
| СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ Андрій Живолович, Анна Кулік | 99 |
| МІГРАЦІЙНІ НАМІРИ УКРАЇНЦІВ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД Галина Гаман | 103 |
| ПРІОРИТЕТНІ ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІДБУДОВИ Володимир Лич, Артемій Куценко | 106 |
| МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ Антон Максютя, науковий керівник – Петро Кулік | 109 |
| АНАЛІЗ СТАНУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ Владислав Островський | 112 |
| ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ СИЛИ КОНКУРЕНЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ Сергій Будило, Науковий керівник: Анна Кулік | 116 |
| ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНДИКАТОРІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕВЕЛОПЕРА: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК БІЗНЕС-МОДЕЛІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ HR-СИСТЕМ Марина Омеляненко | 120 |
| ЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ У | 124 |

| | |
|---|-----|
| МІСТАХ Андрій Станкевич, науковий керівник – Любов Згалат-Лозинська | |
| ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ Лілія Головаш | 127 |
| ФУНКЦІОНАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ОРІЄНТИРИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕВЕЛОПЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БУДІВНИЦТВІ Василь Бартко, Олексій Кочаківській, Олександр Сторожук | 129 |
| НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ Богдан Гіщак | 133 |
| ТЕНДЕНЦІЇ В БУДІВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ Валерій Верченко | 136 |
| СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА Максим Зима | 138 |
| ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА СТРУКТУРНОЇ ДИНАМІКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЯ ДЕВЕЛОПЕРА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ ТА ПОСТКРИЗОВОГО ВІДНОВЛЕННЯ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ Сергій Степенко, Іван Васюк | 139 |
| ПРОБЛЕМИ РИНКУ ЖИТЛА НІМЕЧЧИНИ Й КРАЇН ЗАХОДУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В КОНТЕКСТІ МАЙБУТНІХ ВИКЛИКІВ ДЛЯ УКРАЇНИ Петро Гаврись, Олександр Гаврись, Микола Гаврись | 142 |
| ОЦІНКА РИЗИКІВ ТА ЗАГРОЗ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ Андрій Газукін | 146 |
| УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ В БУДІВЕЛЬНОМУ ДЕВЕЛОПМЕНТІ: ІНДИКАТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ Данило Крупник, Максим Черненко, Денис Костенко | 149 |
| КОМПЛЕКСНИЙ ІНДЕКС ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ Дмитро Шуплцов, науковий керівник - Володимир Лич | 153 |
| АДАПТАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ДО УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВОЄННО-ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ Ігор Щербей, Анна Кулік | 155 |
| НЕПЕРЕРВНА ІННОВАЦІЙНА ОСВІТА: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ Петро Куліков, Юрій Єсаулов | 158 |
| ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОДІЇ БІЗНЕСУ ТА МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ Володимир Лич, Антон Артеменко | 160 |
| ПОТЕНЦІАЛ І БАР'ЄРИ РОЗВИТКУ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ У БУДІВНИЦТВІ Артем Величко | 165 |
| РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ Андрій Газукін | 169 |
| ФРАНЧАЙЗИНГОВІ ПОСЛУГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ Карина Осадчук, Антоніна Самойленко | 173 |
| РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОСТІ У ДИНАМІЦІ АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ Олександр Лагуненко | 176 |
| ТРАНСПОРТНІ ПОСЛУГИ ТА ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ | 177 |

| | |
|---|-----|
| Олексій Мазел | |
| ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ ЗА ЛІНІЙНИМ ТРЕНДОМ Дмитро Становський | 178 |
| МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ: ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА ІННОВАЦІЇ | |
| ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ Олексій Шелест | 181 |
| THE IMPACT OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT ON THE CORPORATE CULTURE OF THE ENTERPRISE Tetiana Obydiennova | 183 |
| ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ОСНОВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ ФУНКЦІЙ В УМОВАХ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ (НА ПРИКЛАДІ АТ КБ «ПРИВАТБАНК») Інесса Шаповалова, Софія Власова | 185 |
| УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ КОНТРОЛЮ В ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ Юрій Черненко | 188 |
| ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ Світлана Момотлива, Ірина Водоп'янова | 191 |
| РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ Владислава Лифар, Дар'я Зоря | 194 |
| УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ МЕДИЧНИХ УСТАНОВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ Юлія Головчук, Юлія Прохорова | 197 |
| СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я Юлія Головчук, Алла Боровик | 202 |
| ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ Тетяна Куценко, Тетяна Ковіна | 205 |
| МЕНЕДЖМЕНТ АГРОПІДПРИЄМСТВА: ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА ІННОВАЦІЇ Маріанна Павлишин, Софія Москаль, Анастасія Борщевська | 208 |
| АДАПТИВНА ПОВЕДІНКА ОСОБИСТОСТІ Інесса Шаповалова | 213 |
| МОБІЛЬНІСТЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ЧИННИК АДАПТАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ Віра Новікова | 217 |
| НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ 4.0 ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ Оксана Бондар-Підгурська, Станіслав Бакланов, Дмитро Курзанцев | 219 |
| ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ІТ КОМПАНІЯМИ Тетяна Алмазова, Науковий керівник: Ольга Полоус | 223 |
| РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА Ірина Максютенко, Владислав Білецький | 227 |

| | |
|---|-----|
| ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКУПЕРАЦІЇ ПОВІТРЯ В ТОРГІВЕЛЬНИХ ЗАЛАХ, ЯК СКЛАДОВА ЕНЕРГЕТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТ Яна Маложенко, Наталя Ляліна | 231 |
| ОЦІНКА ПОТОЧНИХ РИНКОВИХ УМОВ ТА ДИНАМІКИ ПОПИТУ НА МАРКЕТИНГОВІ ПОСЛУГИ Анна Рокицька, Антоніна Самоїленко | 234 |
| КОНТРОЛЬ І РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА Ніна Петруха, Артур Сизоненко | 238 |
| ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ФІТНЕС-ПОСЛУГ: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СПОРТ ЛАЙФ УКРАЇНА» Карина Скобельська, Ірина Максютенко | 242 |
| ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА Ігор Сухих, Анна Кулік | 246 |
| THE NECESSITY OF RISK MANAGEMENT ASSESSMENT DURING THE PLANNING PHASE FOR CONSTRUCTION PROJECTS Liudmyla Wagner | 249 |
| AI У ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ МАРКЕТИНГУ: ІННОВАЦІЇ В ПРОСУВАННІ РЕГІОНІВ Оксана Якушевська, Олександр Кушнір | 252 |
| УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИМИ ІННОВАЦІЯМИ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКУ Людмила Дибчук | 255 |
| КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ Ірина Максютенко, Діана Юськова | 259 |
| ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ Ірина Максютенко, Сва Ремба | 261 |
| СУЧАСНІ МОДЕЛІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В УПРАВЛІННІ БУДІВЕЛЬНИМИ ПРОЕКТАМИ Христина Чуприна, Ірина Вуйцик | 263 |
| ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В КОМУНІКАЦІЯХ, АДАПТАЦІЇ ТА МОТИВУВАННІ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЙ Наталя Микитів, Маріанна Павлишин, Анастасія-Марта Микитів | 265 |
| АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ «FAINA FORMA» СЕРЕД ВИРОБНИКІВ СПОРТИВНОЇ ФОРМИ НА РИНКУ УКРАЇНИ Анатолій Рибчук, Юрій Березовський | 269 |
| ВПЛИВ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА РОЗВИТОК МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ Олександр Галаченко, Юлія Прохорова | 273 |
| ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ Галина Тимохова, Дар'я Челак | 275 |
| ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ Олександр Юрченко | 279 |
| РОЗВИТОК ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ Людмила Кутідзе, Софія Кошелєва | 282 |
| ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МАРКЕТИНГОВУ ПОЛІТИКУ РОЗПОДІЛУ Віктор Рожко, Олександр Бондаренко | 284 |
| СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ Віктор Рожко, Дар'я Єрофєєва | 287 |

| | |
|--|-----|
| FEATURES OF WEDDING CEREMONY COMPANIES' SERVICES MARKETING Yuliia Ovcharenko , Scientific supervisor: Olha Polous | 290 |
| БРЕНДИНГ І ЙОГО ВПЛИВ НА ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ Ірина Максютенко, Ганна Ткаченко | 293 |
| УПРАВЛІННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯМ ТОВАРУ, ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ, КОМПАНІЇ Ірина Максютенко, Анастасія Гутник | 296 |
| КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК КЛЮЧ ДО УСПІХУ Людмила Кутідзе, Анастасія Нефьодова | 299 |
| ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» Уляна Шоломницька, Ірина Максютенко | 303 |
| АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРІВ КОМПАНІЇ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» Михайло Кривуца, Ірина Максютенко | 307 |
| АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ Роман Чубов | 309 |
| ДИСТАНЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ Олександр Богашко, Ірина Богашко | 313 |
| ІННОВАЦІЙНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПІДХОДИ У РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ Ніна Петруха, Максим Дерев'яно | 317 |
| СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ЕТИКА В МАРКЕТИНГУ Ірина Максютенко, Ольга Блозовська | 321 |
| МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТИВНОСТІ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ БУДІВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ Роман Сліпченко | 323 |
| КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ Христина Чуприна, Дар'я Калініна | 326 |
| УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЕВЕЛОПМЕНТУ Ніна Петруха, Юлія Спринь | 329 |
| ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМИ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИМИ ПРОЕКТАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СЕРЕДОВИЩА ТА ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ-СТЕЙХОЛДЕРІВ Цзіп Цян | 334 |
| ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ Ірина Максютенко, Данііл Кірюшин | 337 |
| ВИКЛИКИ ТА ОБМЕЖЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ АДАПТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ Юрій Карпенко, Денис Сунрун | 339 |
| РОЛЬ ЕТИЧНОГО ЛІДЕРСТВА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ Людмила Климова, Антон Копилець | 342 |
| ЗЕЛЕНИЙ МАРКЕТИНГ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ Наталія Осадча | 344 |
| ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ: ЯК УКРАЇНСЬКІ БРЕНДИ ЗАЛУЧАЮТЬ ТА УТРИМУЮТЬ КЛІЄНТІВ | 348 |

| | |
|---|-----|
| Володимир Шпирько, Інесса Шаповалова ФОРМУВАННЯ МАТРИЦІ БКГ ДЛЯ ТОВ «КОВАЛЬСЬКА» | 351 |
| Ірина Максютенко, Марія Остряк ПРОБЛЕМАТИКА ВИКОРИСТАННЯ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛІЗУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ ТОВ «КОВАЛЬСЬКА» | 353 |
| Ірина Максютенко, Микола Максименко ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ СЕГМЕНТУВАННЯ СПОЖИВЧИХ РИНКІВ ТОВ «ЕПЦЕНТР К» | 357 |
| Ірина Максютенко, Юлія Ленчук УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ КОСМЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ОСНОВІ HR-ІНЖИНІРИНГУ | 359 |
| Михайло Бялошицький РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В ПОБУДОВІ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ | 362 |
| Людмила Данилюк ФАКТОРИ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ | 365 |
| Павло Дорошенко ПРОСУВАННЯ ІМІДЖУ СПОРТИВНОГО ОБ'ЄКТА ЗАСОБАМИ SMM ТА ІНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГУ | 369 |
| Володимир Мельник ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ УКРАЇНИ | 373 |
| Дмитро Сахно РОЛЬ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ В АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ | 377 |
| Георгій Чернявський ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТРУКТУРНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ | 381 |
| Максим Повеченко, Сергій Щуренко СУТНІСТЬ ТА ЧИННИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА | 384 |
| Олександр Селіванов <i>БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР</i> | |
| Юлія Чернявська ЗМІНИ В ОПОДАТКУВАННІ ТА ЗДАЧІ ЗВІТНОСТІ ФОП У ЛЮТОМУ 2025 | 388 |
| Володимир Протасов ОСОБЛИВОСТІ ЗАПОВНЕННЯ БРАКЕРАЖНОГО ЖУРНАЛУ ГОТОВИХ СТРАВ В ЗАКЛАДІ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ | 391 |
| Володимир Протасов, Анастасія Козерацька ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ ПРАЦІ АСИСТЕНТА ВЧИТЕЛЯ В ЛІЦЕЇ | 393 |
| Володимир Протасов, Вікторія Міщук ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ ТОВАРІВ | 395 |
| Олексій Мостовенко, Станіслав Зурахов АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА | 398 |
| Любов Згалат-Лозинська, Роман Барило МЕТОДИ АНАЛІЗУ ОБОРОТНОСТІ АКТИВІВ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА | 402 |
| Юлія Швидун, Лілія Куцереї МЕТОДОЛОГІЇ ОЦІНКИ ЗБИТКІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ | 406 |
| Олексій Мостовенко ТИПИ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ, ЇХНЯ ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА | 408 |
| Олексій Мостовенко ПЛАНУВАННЯ ПОТРЕБИ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ЇДАЛЬНИ ЛІЦЕЮ | 411 |

| | |
|---|-----|
| Володимир Протасов, Вероніка Лесик | |
| ОЦІНКА ПРИЧИН ВИКРИВЛЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ (НА ПРИКЛАДІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СЛЬПО-ФУД») Оксана Герасимова | 413 |
| МЕТОДИ ОЦІНКИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ Діана Правосуд, Юлія Швидун | 415 |
| ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРІЇ Галина Гамап, Олена Боровська | 417 |
| ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЯК ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ Інна Корсун, Марія Потьомкіна | 419 |
| ОБЛІК ДОВГОСТРОКОВИХ АКТИВІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД Вікторія Шовківська, Анастасія Носон | 423 |
| ФІНАНСОВА АНАЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У БІЗНЕСІ Олена Кущенко, Олена Солодовник | 426 |
| ОБЛІК ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ У МІЖНАРОДНИЙ ПРАКТИЦІ Тетяна Іванова | 429 |
| МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЕКОЛОГІЧНОГО ОПОДАТКУВАННЯ Богдан Головаш, Василь Карпенко | 433 |
| ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ Мирослава Зінченко, Андрій Соколов | 436 |
| ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ Олексій Мостовенко, Ірина Вавриків | 438 |
| ОЦІНКА ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ СТАН Юлія Швидун, Аліна Замниборщ | 442 |
| КРЕДИТНІ ОПЕРАЦІЇ БАНКІВ Катерина Малиновська, Карина Марчук | 444 |
| ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ТА ЙОГО РОЛЬ В ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА Галина Гамап, Ірина Захарчук | 448 |
| ПРОФЕСІЯ БУХГАЛТЕРА: РОЛЬ, РОЗВИТОК ТА ПЕРСПЕКТИВИ Мирослава Зінченко | 451 |
| ЧИННИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ НАДІЙНОСТІ (СТІЙКОСТІ) СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ Дар'я Загорська, Андрій Воловод | 454 |
| ПРОБЛЕМИ ТІНІЗАЦІЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В БУДІВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ: ОБЛІКОВИЙ ТА ПОДАТКОВИЙ АСПЕКТИ Ігор Дропа | 457 |
| СТАН І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ТОРГІВЛІ І ЛОГІСТИКИ | |
| ЗМІНИ В АСОРТИМЕНТІ УКРАЇНСЬКОГО РИТЕЙЛЮ Галина Рижкова | 461 |
| ОСНОВНІ СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ АВТОМОБІЛЬНИХ ШИН Галина Рижкова, Богдан Тамаря | 463 |
| THE ROLE OF PACKAGING IN GREEN LOGISTICS Velichka Marinova, Temenuga Stoykova | 465 |
| ЛОГІСТИКА ПОРТОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Вікторія Божанова, Олександра Омеліч | 469 |
| ІНТЕГРАЦІЯ РІЧКОВОЇ ЛОГІСТИКИ З МОРСЬКИМИ ПОРТАМИ: ТЕХНІЧНІ ТА | 473 |

| | |
|--|-----|
| ЛОГІСТИЧНІ РІШЕННЯ Вікторія Божанова, Вадим Васильченко, Олександра Омеліч | |
| «НОВА ПОШТА» ТА ЗЕЛЕНА ЛОГІСТИКА: ШЛЯХ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ Владислава Лифар, Маріна Гаркуша | 477 |
| СУТНІСТЬ І ПЕРЕВАГИ ОСНОВНИХ ВИДІВ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ Ольга Юдічева, Лідія Тренбач | 481 |
| ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЦУКРУ Марина Шуба, Владислава Кобець | 484 |
| ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНИХ ЛОГІСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС Вікторія Божанова, Юлія Бацон | 487 |
| ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ КАРТОПЛЯНИХ ЧІПСІВ В УКРАЇНІ Євгенія Хмельницька, Юлія Беседа | 490 |
| МИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ЩОДО ЕКСПОРТУ ГРЕЧКИ Євгенія Хмельницька, Станіслав Тицький | 492 |
| НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ Геннадій Хмурковський, Анастасія Бікташева | 495 |
| СТАН ЛОГІСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ: ТРЕНДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ Світлана Момотлива | 497 |
| ОРГАНІЗАЦІЯ ЛОГІСТИКИ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ Віталій Кухар, Антоніна Самойленко | 501 |
| УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА APPLE Владислав Окішев, Анна Кулік | 505 |
| ЛОГІСТИКА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ Антоніна Самойленко | 508 |
| МОНІТОРИНГ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Богдан Шостак, Антоніна Самойленко | 511 |
| ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Оксана Висоцька, Наталія Очеретяна | 513 |
| ВПЛИВ ІНТЕГРАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА Андрій Закревський, Анастасія Русіна | 517 |
| ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ КОНТАКТНИХ ЛІНЗ Наталія Омеліченко, Анна Браїлко, Олександр Горбатенко | 521 |
| ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У ТОРГІВЛІ: ТРЕНД ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ? Людмила Алавердян, Юліана Васковець | 525 |
| РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ТОРГОВЕЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ Ольга Сікула, Людмила Алавердян | 527 |
| ВОЄННИЙ СТАН ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ТОРГОВЕЛЬНИЙ СЕКТОР: ОГЛЯД ПРОБЛЕМ І МОЖЛИВИХ РІШЕНЬ Артем Колесник, Руслан Дименко | 530 |
| ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ Богдан Головаш | 533 |
| КАТЕГОРІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОЦЕСИ, КРОКИ ТА ПЕРЕВАГИ ДЛЯ ТОРГІВЛІ ДЛЯ БЕЗПРОГРАШНОГО ПІДХОДУ Наталя Ляліна | 535 |
| BIG DATA В ТОРГОВЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ | 538 |

| | |
|--|-----|
| Аліна Колода, Людмила Алавердян | |
| РОЛЬ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ | 541 |
| Олена Пахолук, Оксана Передрій | |
| УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕЧНІСТЮ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ | |
| СТАРТОВІ КУЛЬТУРИ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ | 544 |
| Маріанна Бужанська, Михайло Лисак | |
| НОВІ НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ ЯКОСТІ ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК | 548 |
| Тетяна Лозова, Денис Вадас | |
| СУЧАСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ МЕДУ НАТУРАЛЬНОГО | 550 |
| Тетяна Лозова, Віталій Гавриков | |
| СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗМІРНО-ПОВНОТНОГО АСОРТИМЕНТУ ДИТЯЧОГО ШКІР'ЯНОГО ВЗУТТЯ | 552 |
| Іраїда Дудла, Андрій Івашенко | |
| СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ ДЕЗІНФІКУЮЧИХ ЗАСОБІВ | 554 |
| Наталія Омельченко, Дар'я Єманова | |
| ЗНАЧЕННЯ І ВИДИ ОБРОБКИ ДЕРЕВ'ЯНИХ ПАКУВАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ЯК ОБ'ЄКТА ФІТОСАНІТАРНОГО КОНТРОЛЮ | 558 |
| Ольга Юдічева | |
| ОРГАНІЧНІ ХАРЧОВІ ТОВАРИ: СТАНДАРТИ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ У МІЖНАРОДНІЙ ТА ВІТЧИЗНЯНІЙ ТОРГІВЛІ | 562 |
| Анастасія Кириченко | |
| СУДОВА ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА В УМОВНІЙ СИСТЕМІ «ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРІВ – УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ» | 565 |
| Микола Беднарчук, Сергій Долинський, Олександр Яровий | |
| ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ | 567 |
| Наталія Борецька, Дмитро Постола | |
| НАТУРНИЙ ОГЛЯД МОБІЛЬНОЇ СОРТУВАЛЬНОЇ ЛІНІЇ ТВЕРДИХ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ ЕТАПІВ СУДОВОЇ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ | 571 |
| Інна Шурдук | |
| ТОВАРОЗНАВЧІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РОЗМІРУ ВІДШКОДУВАННЯ ШКОДИ, ЗАПОДІЯНОЇ ВНАСЛІДОК ВЧИНЕННЯ НАРУГИ НАД МОГИЛОЮ | 575 |
| Марина Мартосенко, Наталія Лисенко | |
| ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ МІДІ (II) ТА СВИНЦЮ (II) НА ПІГМЕНТНУ СИСТЕМУ ВОДНОГО СЕРЕДОВИЩА | 579 |
| Тетяна Вітовецька, Марина Сівасва | |
| ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ КУР'ЯЧИХ ЯЄЦЬ ТА ОЦІНКА ЇХ ЯКОСТІ | 581 |
| Дарина Ілляш, Антоніна Самойленко | |
| НЕТРАДИЦІЙНІ ВИДИ СОЛІ ХАРЧОВОЇ: ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ВИКОРИСТАННЯ | 585 |
| Євгенія Хмельницька, Андрій Івашенко | |
| ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ЯКІСТЬ РИБНИХ КОНСЕРВІВ, ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ У м. КИСВІ | 588 |
| Кіріл Нечипоренко, Антоніна Самойленко | |
| ЕКОЛОГІЧНІ СТАНДАРТИ ДЛЯ ТЕКСТИЛЮ: ШЛЯХ ДО СТАЛОГО МАЙБУТНЬОГО | 593 |
| Олена Пахолук, Ірина Мартиросян | |
| РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ | |

| ТРАНСФОРМАЦІЇ | |
|--|-----|
| МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ Ніна Павлішина, Ольга Трубай | 596 |
| ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ SMM-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА Ірина Кочнова, Данило Проценко | 599 |
| СИНЕРГІЯ OFFLINE- ТА ONLINE-РЕКЛАМИ – НОВІ МЕЖІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ТА СУСПІЛЬСТВА Ірина Кочнова | 601 |
| БЕНЧМАРКІНГОВІ СТРАТЕГІЇ КОНДИТЕРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ Ілля Кокарев | 603 |
| СУЧАСНА ПАРАДИГМА СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ В БУДІВНИЦТВІ Владислав Лазаренко | 605 |
| ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В МЕРЕЖІ КОМПАНІЇ «ЕПІЦЕНТР» Ірина Максютенко, Дарина Савич | 607 |
| SMM І ПЕРСОНАЛІЗОВАНИЙ МАРКЕТИНГ: ЯК ЗАЛУЧИТИ ТА УТРИМАТИ КЛІЄНТІВ В УМОВАХ КРИЗИ Наталія Полхович, Валерія Кучерук | 610 |
| ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ЦИФРОВІЙ РЕКЛАМІ: НОВІ СТРАТЕГІЇ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ Оксана Якушевська, Олександр Кушнір | 612 |
| СТРАТЕГІЯ ПОКРАЩЕННЯ ІМІДЖУ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ Олена Бондаренко, Науковий керівник: Олеся Романенко | 615 |
| WHEN WORDS COST BILLIONS: THE POWER-AND PERILS-OF LEADERSHIP IN BRAND REPUTATION Ludmyla Datsenko | 617 |
| ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ Алла Глєбова | 620 |
| ЩО ТАКЕ CRM-МАРКЕТИНГ Андрій Воловод, Віктор Рожко | 624 |
| ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ Наталія Полхович, Кіра Нетикша | 626 |
| РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Валерія Рибак, Людмила Алавердян | 629 |
| ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ТА ПРОЦЕСИ Руслан Дименко | 631 |
| БРЕНД-СТРАТЕГІЇ ТЕРИТОРІЙ Ілона Левницька | 635 |
| МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ – ОСНОВА ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ Наталія Журавська | 637 |
| СУЧАСНІ БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ І ВИРОБИ НА РИНКУ УКРАЇНИ | |
| ENGOBED CERAMICS FOR THE BUILDING INDUSTRY WITH ELEMENTS OF THREE-DIMENSIONAL DECORATION | 640 |

| | |
|--|-----|
| Olena Khomenko, Boris Datsenko, Roman Babenko, Oleksiy Tokarenko | |
| ЗАХИСТ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ ФІБРО-БЕТОННИМИ ЗАХИСНИМИ ПОКРИТТЯМИ Дмитро Анопко, Ольга Бондаренко, Костянтин Каверин | 643 |
| АДИТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУДІВНИЦТВІ: 3D ДРУК БУДІВЕЛЬ, РОЗРОБКА МАТЕРІАЛІВ Юлія Ковальчук, Василь Дудник, Віра Гречанюк, Олександр Яменко | 647 |
| ВИПРОБУВАННЯ СЕКЦІЙНИХ ТРУБ В ЕКСПЛУАТАЦІЙНИХ УМОВАХ Валерій Макаренко, Оксана Бердник, Олексій Цапко, Єгор Павлов | 650 |
| ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ НАВОДНЮВАННЯ І ТЕРМІНУ ЕКСПЛУАТАЦІЇ НА ТРИЩИНІСТІЙКІСТЬ І СПРОТИВ КОРОЗІЙНОМУ РУЙНУВАННЮ ТРУБНИХ СТАЛЕЙ ПІДЗЕМНОЇ СИСТЕМИ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТРИВАЛОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ Валерій Макаренко, Оксана Бердник, Алла Майстренко, Наталія Амеліна | 655 |
| СУЧАСНІ МАТЕРІАЛИ ОЗДОБЛЮВАЛЬНИХ ФАСАДІВ Сергій Шентун, Микита Кусков | 659 |
| FEATURES OF USING FIBER CONCRETE FOR PARAPET-TYPE RESTRAINING TRANSPORT SYSTEMS Маруна Kochevykh, Olha Honchar, Dmytro Anopko, Oleksandra Ivchenko | 661 |
| ВПЛИВ КОНЦЕНТРАЦІЇ ВОЛЬФРАМУ НА КОРОЗІЙНУ СТІЙКІСТЬ КОМПОЗИЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ Cu-W Вікторія Чорновол, Віра Гречанюк, Захар Калантаєвський | 664 |
| СТАН СВІТОВОГО РИНКУ НАНОМАТЕРІАЛІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ГАЛУЗІ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНИ Ілля Глумаков, Катерина Пушкарьова, Марина Кочевих | 666 |
| ПОЛІСТИРОЛБЕТОН ЯК СУЧАСНИЙ БУДІВЕЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ: ВЛАСТИВОСТІ, ЗАСТОСУВАННЯ Дмитро Козьмич, Лідія Тренбач | 671 |
| ОГЛЯД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ Євгеній Лялін, Наталя Ляліна | 673 |
| РОЗРОБКА ОПТИМАЛЬНОГО СКЛАДУ ГПСОВИХ НАЛИВНИХ ПІДЛОГ Владислав Скрипник, Петро Захарченко | 676 |
| ОСНОВНІ УКРАЇНСЬКІ БРЕНДИ ЛІНОЛЕУМУ Оксана Мойсієнко, Ольга Юдічева | 678 |
| ІННОВАЦІЙНІ БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ З ПЕРЕРОБЛЕНОГО ПЛАСТИКУ Максим Болотов, науковий керівник: Олеся Романенко | 680 |
| РОЗРАХУНОК ОПТИМАЛЬНОГО КРОКУ ШНЕКА ПРЕСА СМК-435 ПРИ ФОРМУВАННІ ПОВНОТІЛОЇ ЦЕГЛИ Володимир Кірпиченко, Борис Даценко, Володимир Мащенко | 684 |
| ЦЕМЕНТ: ХАРАКТЕРИСТИКА СИРОВИННИХ МАТЕРІАЛІВ Олексій Крамаренко, Антоніна Самойленко, Петро Захарченко | 687 |
| ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МЕТАЛОВМІСНИХ КОМПОЗИЦІЙНИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ЗАХИСТУ ВІД ІОНІЗУЮЧИХ ВИПРОМІНЮВАНЬ Сергій Дериземля | 690 |
| АНАЛІЗ РИНКУ ТА ТОВАРОЗНАВЧІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ГНУЧКОГО КЛІНКЕРУ Ірина Огороднік, Алла Гуменюк, Володимир Поліно | 696 |
| ТОВАРОЗНАВЧІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА АНАЛІЗ РИНКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПОКРІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ Анастасія Морозова, Ірина Огороднік | 700 |

| | |
|---|-----|
| ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА СТІНОВИХ ТА ОЗДОБЛЮВАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ Владлена Репалюк, Борис Даценко | 704 |
| ПІДВИЩЕННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ЗОВНІШНІХ СТІН В КАРКАСНО-МОНОЛІТНОМУ БУДІВНИЦТВІ Петро Захарченко, Ірина Огороднік, Артем Стадник | 707 |
| ТОВАРОЗНАВЧІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ТЕХНОЛОГІЯ ВИДОБУТКУ ТА ОБРОБКИ ДЕКОРАТИВНОГО КАМЕНЮ(ЛАБРАДОРИТУ) Максим Токарський, Петро Захарченко, Олег Гелета, Анатолій Підлісний | 710 |
| ПІДВИЩЕННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ІННОВАЦІЙНИХ ШТУКАТУРОК ДЛЯ СТІН НА ОСНОВІ ВАПНА ДЛЯ МЕХАНІЗОВАНОГО СПОСОБУ НАНЕСЕННЯ Петро Захарченко, Ірина Огороднік, Владислав Чорнобай | 714 |
| ОБГРУНТУВАННЯ ПОШУКІВ ТА ВИКОРИСТАННЯ СИРОВИННОЇ БАЗИ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА АВТОКЛАВНИХ ГАЗОБЕТОНІВ НА ЗАСАДАХ БЕНЧМАРКІНГУ Аріна Жук, Петро Захарченко | 717 |
| ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ НОВИХ КОМПОЗИЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ З ПІДВИЩЕНИМИ ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ І МЕХАНІЧНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ ШЛЯХОМ ОСАДЖЕННЯ ПАРОВОЇ ФАЗИ У ВАКУУМІ Віра Гречанюк, Ігор Гречанюк, Вікторія Чорновол, Богдан Гудімов | 722 |
| АСОРТИМЕНТ РУЛОННИХ ГІДРОІЗОЛЯЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ Іван Лукаш, Ольга Юдічева | 725 |
| ОСОБЛИВОСТІ ЕНЕРГІЇ АКТИВАЦІЇ ТЕРМІЧНОМОДИФІКОВАНОЇ ДЕРЕВИНИ Юрій Цапко, Ольга Бондаренко, Олексій Цапко, Костянтин Каверин, Аліна Ющенко | 727 |
| ВСТАНОВЛЕННЯ ЧАСУ ЗАПАЛЮВАННЯ ДЕРЕВИНИ ПРИ ДІЇ ВИСОКОЇ ТЕМПЕРАТУРИ Юрій Цапко, Ольга Бондаренко, Олексій Цапко, Костянтин Каверин, Аліна Ющенко | 729 |
| МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПЛИТНИХ МАТЕРІАЛІВ З ВІДХОДІВ ДЕРЕВНИХ МАТЕРІАЛІВ Олег Мороз, Петро Захарченко | 733 |
| ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ТА ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНОСТЯМИ ГАЛУЗІ ЗНАТЬ «Д БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО» НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ | |
| ОЦІНКА ВПЛИВУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПЕРСОНАЛУ ТА SMM-МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ Юрій Березовський, Анатолій Рибчук, Олена Гайко | 735 |
| СИНЕРГІЯ ОСВІТИ ТА ПРАКТИКИ: АДАПТАЦІЯ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ З МЕНЕДЖМЕНТУ У МЕДИЧНИХ УНІВЕРСИТЕТАХ ДО СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ РИНКУ ПРАЦІ Світлана Романенко, Раїса Жарлінська, Юлія Щербак | 739 |
| ГЕЙМЕРСЬКІ ІГРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ДІЛОВИХ НАВИЧОК У ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ Олеся Романенко, Ольга Юдічева | 741 |
| ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ У ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ «МАРКЕТИНГ» ТА «ТОРГІВЛЯ» НА ПРИКЛАДІ КНУБА Людмила Алавердян, Олеся Романенко | 745 |
| ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ОСВІТНІХ ПРОГРАМАХ ІЗ МАРКЕТИНГУ Тетяна Завалій | 748 |
| СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО SOFT SKILLS: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА НАВИЧКИ ПІДВИЩЕННЯ ОСОБИСТОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ | 751 |

| | |
|---|-----|
| Ірина Івахненко, Вікторія Іванко | |
| 755 ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ З МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНОСТЯМИ ГАЛУЗІ ЗНАТЬ «D БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО» | 755 |
| Ірина Максютенко, Ірина Шевченко | |
| ЦИФРОВІЗАЦІЯ ОНЛАЙН НАВЧАННЯ | 757 |
| Руслан Дименко | |
| РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАРКЕТОЛОГА | 760 |
| Ірина Максютенко | |
| РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ПРАКТИК ТА ЕКООСВІТИ У ДОСЯГНЕННІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ | 763 |
| Любов Згалат-Лозинська | |

УДК 330.341.1:331.215

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ІДЕНТИФІКАЦІ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Алла Глебова

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту і логістики

Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», м. Полтава

В умовах інтенсивного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, активного впровадження цифрових додатків у сферу послуг, стрімкого поширення соціальних месенджерів та генерування населенням великої кількості інформації та даних, виникла потреба у пошуку цифрових інструментів, які дозволять ідентифікувати тенденції розвитку бізнесу в умовах невизначеності, що дозволить виділяти та формувати передумови для стійкого розвитку. Для цього на сучасному етапі існує два рішення: 1) готові рішення компаній, які займаються дослідженнями(рис.1); 2) цифрові сервіси (рис.2).

| | | |
|---|--|---|
| <p>ЕВА (Європейська Бізнес Асоціація) існує з 1999 року за підтримки Європейської Комісії в Україні та об'єднує понад 1000 компаній з різних сфер та індустрій (вимірює індекси інвестиційної привабливості, настроїв малого бізнесу, цифрової трансформації, а також оцінює легкість ведення бізнесу в регіонах тощо).</p> | <p>Дія.Бізнес — національний проект з розвитку підприємництва, який розроблений Міністерством цифрової трансформації у 2020 році. Щомісяця публікує аналітичні звіти результати дослідження про стан і потреби бізнесу в умовах війни.</p> | <p>Advanter Group — компанія проводить ринковий аналіз та маркетингові дослідження. Це допомагає бізнесу визначати актуальні тренди та вибирати перспективні ніші.</p> |
| <p>Kyivstar Business Hub — блог для бізнесу від телеком-оператора Київстар, який розповідає про бізнес-рішення, публікує огляди бізнес-книг, тренди у світі бізнесу і технологій, а також аналітику, інтерв'ю з представниками компаній, відео та подкасти.</p> | <p>Kantar Україна компанія, що спеціалізується на маркетингових дослідженнях та консалтингу, заснована в 2001 році як TNS Україна. нині діє як Kantar Україна. займається соціологічними та маркетинговими дослідженнями.</p> | <p>Global Web Index з 2009 року проводить маркетингові дослідження для великих підприємств у 40+ країнах. На ресурсі можна знайти дані щодо зміни споживчих трендів в інтернеті, експертні звіти, інфографіку, які оновлюються щотижня.</p> |
| <p>Ernst & Young (EY) Україна. Проводить дослідження бізнес-середовища, інвестиційного клімату, трендів у галузях.</p> | <p>McKinsey&Company, проводить аналітичні дослідження не тільки в Україні, але і світі щодо інвестицій, розвитку, терндів у бізнесі, управлінні людьми тощо.</p> | <p>Nielsen аналізує та надає інформацію щодо попиту на товари на понад 55 ринках, щоб ви могли надавати своїм клієнтам більш актуальні товари та послуги.</p> |

*складено на основі <https://hub.kyivstar.ua/articles/16-resursiv-dlya-vyznachennya-rynkovyh-biznes-tendencij>

Рис.1. Міжнародні та українські компанії, які займаються дослідженням ринкових тенденцій

| | | |
|--|--|--|
| Google Trends. Дані оновлюються щодня. Google Trends показує популярність запиту в певному регіоні за певний час. | Hootsuite — платформа для керування соціальними медіа. | Trading Economics. Інформаційний ресурс, який надає оперативну макроекономічну статистику, графіки та прогнози для понад 20 мільйонів індикаторів у 196 країнах. |
| Google Dataset Search — пошуковий сервіс, в індексі якого понад 20 млн даних. Розрахований на підприємців будь-якої компанії, які цікавляться статистикою в певній галузі та перевіряють гіпотези та ідеї. | Trendwatching — ресурс, який публікує спостереження за тенденціями, огляди та дослідження. | Statista — світовий статистичний онлайн-ресурс, який надає інформацію з кількісними даними й фактологічну інформацію. |

Рис.2. Цифрові сервіси для дослідження ринкових тенденцій [складено і систематизовано автором на основі 1-17]

Однак, на сучасному етапі цей перелік не є вичерпним і потребує доповнення (табл.1) з урахуванням динаміки цифрових трансформацій.

Таблиця 1. Основні цифрові сервіси та додатки, які дозволяють виділяти, формувати та досліджувати ринкові тенденції бізнесу *

| Назва | Категорія | Опис | Вартість | Регіон | Посилання |
|------------------------|----------------------|--------------------------------------|----------------------|------------|---|
| Google Trends | Пошук трендів | Аналіз пошукових запитів у динаміці | Безкоштовний | Глобальний | https://trends.google.com |
| Exploding Topics | Пошук трендів | Виявлення нових швидкозростаючих тем | Платний/Free | Глобальний | https://explodingtopics.com |
| TrendHunter | Пошук трендів | Споживчі тренди та інновації | Платний/Free | Глобальний | https://www.trendhunter.com |
| Glimpse | Пошук трендів | Прогнозування трендів | Платний | Глобальний | https://meetglimpse.com |
| Think with Google | Пошук трендів | Аналітика поведінки споживачів | Безкоштовний | Глобальний | https://www.thinkwithgoogle.com |
| Statista | Аналітика/Статистика | Глобальні статистичні звіти | Платний/Free | Глобальний | https://www.statista.com |
| Euromonitor (Passport) | Аналітика/Статистика | Ринкові прогнози, макроекономіка | Платний | Глобальний | https://www.euromonitor.com |
| Trading Economics | Аналітика/Статистика | Макроекономічні показники | Безкоштовний/Платний | Глобальний | https://tradingeconomics.com |
| World Bank Data | Аналітика/Статистика | Офіційні дані з розвитку країн | Безкоштовний | Глобальний | https://data.worldbank.org |
| BuzzSumo | Соцмережі/Аналіз | Контент-аналітика, згадки | Платний | Глобальний | https://buzzsumo.com |
| Brand24 | Соцмережі/Аналіз | Моніторинг репутації | Платний | Глобальний | https://brand24.com |
| YouScan | Соцмережі/Аналіз | Візуальний аналіз згадок, AI | Платний | Глобальний | https://youscan.io |
| Power BI | BI та візуалізація | Панелі, дашборди, інтеграції | Платний | Глобальний | https://powerbi.microsoft.com |
| Tableau | BI та візуалізація | Інтерактивна візуалізація даних | Платний | Глобальний | https://www.tableau.com |
| Looker Studio | BI та візуалізація | Онлайн-звіти від Google | Безкоштовний | Глобальний | https://lookerstudio.google.com |

| | | | | | |
|-------------|--------------------|------------------------------------|--------------|------------|---|
| Crayon | AI/Тренд-аналітика | Конкурентний моніторинг | Платний | Глобальний | https://www.crayon.com |
| SparkToro | AI/Тренд-аналітика | Аналіз аудиторії | Платний | Глобальний | https://sparktoro.com |
| CB Insights | Нішева аналітика | Інновації, стартапи | Платний | Глобальний | https://www.cbinsights.com |
| PitchBook | Нішева аналітика | Інвестиції, венчурний ринок | Платний | Глобальний | https://pitchbook.com |
| WGSN | Нішева аналітика | Прогнози моди, кольору, споживання | Платний | Глобальний | https://www.wgsn.com |
| BuiltWith | Нішева аналітика | Аналіз технологій сайтів | Платний/Free | Глобальний | https://builtwith.com |

*складено на основі систематизації 1-17

Таким чином, на сучасному етапі стрімкий розвиток цифрових сервісів та компаній, які займаються дослідженням ринкових тенденцій обумовлюють потребу у розвитку цифрових та аналітичних навичок, критичного мислення у сучасних фахівців, що дозволить їм не лише оперативно працювати з великими обсягами даних, а й приймати обґрунтовані управлінські рішення у контексті швидкоплинних трансформацій глобального ринку. Адже, у сучасних умовах економічного розвитку, що супроводжуються високим ступенем невизначеності, цифровізацією, глобалізацією та турбулентністю ринкових процесів, бізнес-середовище зазнає радикальних трансформацій. Пандемія COVID-19, геополітична нестабільність, зміни у глобальних ланцюгах постачання, кліматичні загрози, активізація цифрової конкуренції — усе це формує нову реальність, яка вимагає від бізнесу високої адаптивності, проактивності та інноваційного мислення. Одним із ключових чинників адаптації до таких умов є своєчасне виявлення ринкових тенденцій, що дозволяє організаціям: передбачати майбутні зміни; реагувати на динаміку споживчих потреб; своєчасно змінювати стратегії розвитку; знижувати ризики управлінських рішень.

У цьому контексті цифрові інструменти ідентифікації трендів виступають як потужний аналітичний арсенал, що дозволяє: оперувати великими обсягами даних (Big Data) з різноманітних джерел у реальному часі; здійснювати прогнозування трендів із використанням алгоритмів машинного навчання та штучного інтелекту; виявляти слабкі сигнали майбутніх змін, які ще не набули масового характеру, але можуть мати стратегічне значення; моделювати сценарії розвитку ринку, засновані на аналітичних симуляціях; приймати обґрунтовані управлінські рішення, що базуються на емпіричних даних, а не лише інтуїтивному баченні.

Таким чином, опанування цифрових інструментів ідентифікації ринкових тенденцій стає стратегічною необхідністю, що забезпечує: підвищення гнучкості бізнес-моделей; інституціональну стійкість організацій; розширення можливостей стратегічного передбачення; підготовку кадрів нового покоління — цифрово грамотних, аналітично мислячих та інноваційно зорієнтованих.

Перелік літератури:

- 1.Ганна Сухорукова. 16 ресурсів для визначення ринкових бізнес-тенденцій. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/16-resursiv-dlya-vyznachennya-rynkovyh-biznes-tendenczij>
2. Google Trends. URL: <https://trends.google.com.ua/home?geo=UA>
3. Exploding Topics. Discover Exploding Trends Before They Take Off. URL: <https://explodingtopics.com>
4. TrendHunter. The #1 Trend Platform. URL: <https://www.trendhunter.com>
5. Glimpse. Trends Before They're Trending. URL: <https://meetglimpse.com>
- 6.Think with Google. Marketing research & digital trends. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com>
7. Statista. The Statistics Portal for Market Data. URL: <https://www.statista.com>

8. Euromonitor International. Passport Market Research Database.
URL:<https://www.euromonitor.com>
9. Trading Economics. Global Economic Indicators. URL:<https://tradingeconomics.com>
10. The World Bank. Data Catalog. URL: <https://data.worldbank.org>
11. BuzzSumo. Content Research and Performance Insight. URL:<https://buzzsumo.com>
12. Brand24. Online Reputation Monitoring Tool. URL: <https://brand24.com>
13. YouScan. AI-powered Social Media Intelligence. URL:<https://youscan.io>
14. Microsoft Power BI. Business Analytics Tool. URL:<https://powerbi.microsoft.com>
15. Tableau Software. Data Visualization Platform. URL:<https://www.tableau.com>
16. Crayon. Competitive Intelligence Platform. URL:<https://www.crayon.co>
17. SparkToro. Audience Research Tool. URL:<https://sparktoro.com>