
МОНЕНКО А., FEDORCHUK A., MELNIKOVA K. SOFTWARE ECONOMY AS A VECTOR OF MANAGEMENT OF INNOVATIVE INFRASTRUCTURE OF THE REGION	7
ТОМАЛІА Т., MARCINKO D. EVALUATION AND ANALYSIS OF THE FEATURES OF BRAND FORMING OF RETAIL TRADE ENTERPRISES OF UKRAINE	11
АЛЬТГАЙМ Л. Б. ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ І ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	15
БОЙКО Р. В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	19
БОЙЧУК І. В. ПЛАНУВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	25
БОЛІЛА С. Ю., ОСАДЧУК І. В., КИРИЧЕНКО Н. В. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧА ДО ТОРГІВЕЛЬНОЇ МАРКИ М'ЯСОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ	29
БОЧКО О. Ю., ЛИХОЛАТ С. М., КУЗЯК В. В. СИСТЕМА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ КО-МАРКЕТИНГУ ТА «ЗЕЛЕНОГО» МАРКЕТИНГУ НА ПАРТНЕРСЬКИХ ЗАСАДАХ	33
БУДНІКЕВИЧ І. М., ВАТАМАНЮК Н. К., КОЛОМИЦЕВА О. В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ЗАКЛАДІВ	38
ВІНІЧЕНКО С. А., ЛАРИНА Я. С. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ІНТЕГРОВАНОГО ЗРОСТАННЯ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПРОДУКЦІЇ БДЖІЛЬНИЦТВА	43
ГАВЕНКО М. С., ОРЛОВО О. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	47
ГАЛЮК Я. Д., ГОРДА А. А., ЗАБУРМЕХА Є. М. МЕТОДИ ЗАЛУЧЕННЯ УВАГИ СПОЖИВАЧІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ТЕХНОЛОГІЙ SMM	58
ГАРАФОНОВА О. І., ФЕДОРЕНКО А. Є., МАРГАСОВА О. Д. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ	62
ГАЛЮК Я. Д., БИЧКОВА Л. А. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОКАЗНИКІВ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА	66
ГВОЗДЕЦЬКА І. В., ГОДОВАНІЮК Н. В. ВИРІШУЮТЬ БЛОГЕРИ: INFLUENCER MARKETING В ДІЇ	71
ГЕЙДАРОВА О. В., ГРИЗОВСЬКА Л. О. ОСОБЛИВОСТІ ТИПІЗАЦІЇ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	75

ГОЛОВАНОВА М. А., ЛЕВІН Д. М. ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПОВІТРЯНОГО ПРОСТОРУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ	79
ГОНЧАР О. І., ХАЧАТРЯН В. В. МОТИВАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОСТУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЙОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ	86
ГУРГУЛА Т. В. ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ СПІВРОБІТНИЦТВА ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	91
ДУМАНСЬКА К. С. ОПТИМІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДИВЕРСИФІКОВАНОЮ КОМПАНІЄЮ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ	95
ДАВИДОВА О. А. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	99
ДРАЖНИЦЯ С. А., БОНДАР Р. О., ОВЧІННИКОВ О. О. РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЇХ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	103
ДРАЖНИЦЯ С. А., ОСТРОВСЬКА Ю. О. КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОВАРІВ І СТИМУЛЮВАННЯ ЇХ ПРОДАЖУ В МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУРАХ	108
ЖЕГУС О. В., МИХАЙЛОВА М. В., ЧМІЛЬ Г. Л. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ	112
ЗАБУРМЕХА Є. М., ЗАБУРМЕХА Л. І. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В Е-КОМЕРЦІЇ	116
ІВАНОВА Л. О., ВОВЧАНСЬКА О. М. МАРКЕТИНГОВІ ТА СОЦІАЛЬНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ РИНКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ	122
КАРПЕНКО В. Л. ІМАНЕНТНІ ОЗНАКИ ІННОВАЦІЙ У МАРКЕТИНГУ ЯК ОСНОВА ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	128
КАСЬЯН В. В. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	138
КОБЄЛЄВА Т. О., ПЕРЕРВА П. Г. МОНІТОРИНГ КОМПЛАСНС-БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ТАНГЕНЦІАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ	142
КОРПАН О. С. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ КУЛЬТУРИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ	149

КРИКАВСЬКИЙ Є. В., КУЗЬО Н. Є., КОСАР Н. С. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕРЕЖНИХ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	153
КУЛЕША К. В., АНДРУШКЕВИЧ З. М., ОСТАПЧУК О. В. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ ТА ТЕХНОЛОГІЙ ПРОДАЖІВ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	159
ЛАЗАРЕНКО Ю. О., ЛІСОВА Д. Ю., ГРАЧ А. В. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЮ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ	164
МЕЛУШОВА І. Ю. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	168
ОВОД Л. В., ВАЛЬКОВА Н. В. КРИТЕРІЇ ВИЗНАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЯК ОБ'ЄКТІВ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	172
ОМЕЛЬЧЕНКО В. Я., ОМЕЛЬЧЕНКО А. П., ОСИПЕНКО К. В. ПРИНЦИПИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ	177
ПРИЛЕПА Н. В., ГУЦ В. В. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ	182
ПРИЛЕПА Н. В. ЛІДЕРСТВО В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	186
РЗАЄВ Г. І., ДУБІК І. Г. МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: СУТНІСТЬ ТА МЕТА ВИКОРИСТАННЯ	190
РЗАЄВА Т. Г., ГАЛАЧИНСЬКА Т. В. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ, ОЗНАКИ, ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	193
РЗАЄВ Г. І., КОРОЛЬЧУК І. І. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ	197
РЗАЄВА Т. Г., СЛИВА А. А. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІТИЧНІ ЕТАПИ ЇХ ЗДІЙСНЕННЯ	201
РОГОВИЙ А. В., ЗАБАШТАНСЬКА Т. В., ПРОСУНКО Д. В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО РИНКУ УКРАЇНИ	205
РОМАНОВА А. В., АНДРУШКЕВИЧ З. М., ВАЛЬКОВ О. Б. ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	209

РОССОХА В. В., БОЧАРОВ П. С. ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «БЛОКЧЕЙН» У ПОЛІТИЧНОМУ МАРКЕТИНГУ	213
СИГИДА Л. О., САГЕР Л. Ю. ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІВДЕННІЙ КОРЕЇ	218
СОЛНЦЕВ С. О., ЖИГАЛКЕВИЧ Ж. М. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ КВАЗІІНТЕГРАЦІЙНИХ СТРУКТУР НА ОСНОВІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	222
СТАДНИК В. В., ГОЛОВЧУК Ю. О. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ЧИННИКІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	226
ТАНАСІЙЧУК А.М., СІРЕНКО С.О., СЕРЕДНИЦЬКА Л.П. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ СИНЕРГІЙНОГО ЕФЕКТУ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ БІЗНЕСУ	235
ТЄЛЄТОВО С., БУДЬОННИЙ О. П. МАРКЕТИНГОВІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЦЕСІВ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	240
ТЕЛЬНОВ А. С., РЕШМІДЛОВА С. Л. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ДІЛОВИХ ЯКОСТЕЙ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ	245
ШАРКО В. В., СІРЕНКО С. О. ІНСТРУМЕНТИ ТА ВАЖЕЛІ ВПЛИВУ НА РІВЕНЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	251
ШЕВЧЕНКО Д.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ФВ УКРАЇНІ	257
ПИЩЕНКО О. В. СУБ'ЄКТИ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	262
РУЖИЦЬКИЙ І. Ю. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЗМЕНШЕННЯ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАГРОЗ НА РІВЕНЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	267