
КОВАЛЬЧУК С. В., КОВІНЬКО О. М. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ	7
АНДРУШКЕВИЧ З. М., ГАЛЮК Я. Д. МЕТОДИ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ У ТОРГОВО-РОЗВАЖАЛЬНІ ЦЕНТРИ	11
АНДРУШКЕВИЧ З. М., СІТАРЧУК О. В. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	14
БАЛУК Н. Р., БАСІЙ Н. Ф., ДАЙНОВСЬКИЙ Ю. А. РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	18
БИЧІКОВА Л. А. ЧЕК-ЛИСТ РЕСТОРАННОГО МАРКЕТИНГУ	22
БОЄНКО О. Ю., БУГА Н. Ю. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СУСПІЛЬСТВА ДО ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН	27
БОЙКО Р. В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ	31
БОЙЧУК І. В., АНТОНІВ О. М., СЕМЕРАК Т. О. ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ У КОМУНІКАЦІЙНІЙ ПОЛІТИЦІ	36
ВОВЧАНСЬКА О. М., ІВАНОВА Л. О., ДАЙНОВСЬКИЙ Ю. А. ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВІ ЗАХОДИ ЯК СКЛАДОВІ ІНТЕГРОВАНІХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	40
ГАВЕНКО М. С. ЕТИМОЛОГІЯ ТА ЕВОЛЮЦІОНУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ	48
ДИБЧУК Л. В. ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ СИСТЕМИ ДИСТРИБУЦІЇ	54
ДІДЕНКО Є. В. ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОЦЕС МАРКЕТИНГУ ВІДНОВЛЮВАНОСТІ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	59

ДРАБОВСЬКИЙ А. Г., ЯРОВА Ю. М. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ	65
ДРАЖНИЦЯ С. А., ЗАБУРМЕХА Є. М. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: СВІТОВІ ТРЕНДИ ТА ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	69
ІЛЛЯШЕНКО С. М., ШИПУЛІНА Ю. С., ІЛЛЯШЕНКО Н. С. НАУКОВІ КОНФЕРЕНЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОДУКУВАННЯ І ПОШИРЕННЯ ЗНАНЬ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УНІВЕРСИТЕТІВ (ДОСВІД КАФЕДРИ МАРКЕТИНГУ ТА УІД СУМДУ)	74
КАМЕНЮК М. Т., ЯНЧУК Т. В. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	78
КАРПЕНКО В. Л., ГВОЗДЕЦЬКА І. В., КУЛЕСА К. В. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН У ЗАКУПІВЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	82
КОБЕЦЬ Д. Л. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	88
КОСТЮК М. В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ	94
КОВАЛЬЧУК С. В., БІЛЧЕНКО С. В., КАТКОВА Т. І. КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ	99
КРИКАВСЬКИЙ Є. В., ПОДЗІГУН С. М., ЯКИМИШИН Л. Я. ДИФУЗИЯ ІРРАЦІОНАЛЬНОЇ БІЗНЕС-ПОВЕДІНКИ В ІНТЕГРОВАНІХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	102
КРУПЧАТНІКОВА Т. С., ЯНЧУК Т. В. ЗНАЧЕННЯ CRM-СИСТЕМ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ	105
ЛІТВІНОВ О. С., МАЛИШКО В. С. ОЦІНКА ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	109
ОРЛОВ О. О., РЯСНЫХ Е. Г. ЯВЛЯЕТСЯ ЛИ СЕБЕСТОИМОСТЬ АНАЛИТИЧЕСКИМ ИНСТРУМЕНТОМ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ И КОРРЕКТИРОВКИ ЦЕН НА ВЫПУСКАЕМУЮ ПРОДУКЦИЮ?	116

ОСТАПЧУК О. В., РОМАНОВА А. В. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМПАНІЇ	121
ПОНОМАРЕВ С. В. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭНЕРГЕТИКЕ УКРАИНЫ	125
СОКИРНИК І. В. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	130
ПРИЛЕПА Н. В. СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ	135
САГАЙДАК М. П., ХМЕЛЕВСЬКИЙ М. О., ТЕПЛЮК М. А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ СТАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ІНДУСТРІЇ 4.0	139
САГЕР Л.Ю., СИГИДА Л.О., ЄВДОКИМОВА А.В. ФОРМУВАННЯ ТЕОРЕТИЧНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ВНУТРІШНІМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ	144
СТРАШКО М. В. РОЗРОБКА І РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ	149
ТЕЛЄТОВ О. С., ГРИГОРЕНКО В. Ю. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПАРАДИГМИ ІНВЕСТИВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО БЮДЖЕТУ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ В УТРИМАННЯ ДІЮЧИХ КЛІЄНТІВ	153
ТЕЛЬНОВ А. С., РЕШМІДЛОВА С. Л. МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ ЯКІСНИХ ТОВАРІВ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД	159
ТОМАЛЯ Т. С. ФАКТОРИ ЗРОСТАННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	164
ШАРКО В. В., ЛОЯНІЧ Г. С. ВЗАЄМОДІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТА ЛОГІСТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ	169
ШВИДАНЕНКО Г. О., КИРИЛЮК О. В. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ АСИМЕТРИЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	173

ШЕЙКО І. А., ПЕТРОВА Р. В. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	178
ШКАБАРА Т.Л., БОЗУЛЕНКО О.Я. СУЧАСНІ КОМПЛЕКСИ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТОВАРІВ: РИНКОВИЙ РОЗВИТОК	182
ЯСІНЕЦЬКА І. А. МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКИХ КОМПЕТЕНЦІЙ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	187
ГЕЛЬМАН В.М. ДЕЛЕГУВАННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА ВИРОБЛЕННЯ І ПРИЙНЯТТЯ ОБҐРУНТОВАНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	191
ПИЩЕНКО О.В. ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА АГРАРНОГО СЕКТОРУ: ЗАРУБЖНИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ	198
ШПИЛЬОВА В. О., ЩЕРБАТИХ Д. В. ЗАРУБЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ СИСТЕМ	204
РУЖИЦЬКИЙ І. Ю. ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	213