

ЗМІСТ

Алькема В.Г. РЕІНЖИНИРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЛОГІСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ КОМПАНІЇ	5
Antonowicz M. KORYTARZE DLA NOWEGO JEDWABNEGO SZLAKU Z UDZIAŁEM UKRAINY I POLSKI – PERSPEKTYWY ROZWOJU	7
Антонюк К.І. МІСЦЕ ЛОГІСТИКИ В УБЕЗПЕЧЕННІ СПОЖИВАННЯ	8
Баланюк М.В., Савіна Н.Б. ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ НА ЗДОБУТТЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА МІНЛИВОМУ РИНКУ	10
Балик У.О., Стевчак Ю.І., Цираг Я. НЕЙРОМАРКЕТИНГ – РУШІЙНА СИЛА СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ	11
Балик У.О., Ясевич А.М. ПРОБЛЕМА ПОШУКУ ЦІЛЬОВИХ РИНКІВ ТА СЕГМЕНТУВАННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ СТАРТАПІВ НА ЗАКОРДОННОМУ РИНКУ	13
Беспалюк Х.М., Савоніна Н.С. ТИПИ НОВОВВЕДЕНЬ: ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ	14
Біканова К.В., Фещур Р.В. СТАРТАПИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	17
Біловодська О.А., Сагер Л.Ю., Сигида Л.О. ЕТАПІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ	18
Білоткач І.А. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	20
Богоніс Л.В., Гайдук А.Б. ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З ЦІЛЬОВОЮ АУДИТОРІЄЮ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	22
Босенко О.Ю. РИСИ СУЧАСНОГО БРЕНДУ В КОНТЕКСТІ ЗАДОВОЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ	24
Бондарчук М. К. ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ САНАЦІЄЮ У БІЗНЕС-СТРУКТУРАХ	26
Борисова Т.М. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ ПОСЛУГ МІСЬКОГО ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ М.ТЕРНОПІЛЬ	27
Бочко О.Ю., Гайванович Н.В. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МАРКЕТИНГУ В МЕЖАХ INDUSTRY 4.0	29
Братішко Ю.С., Посилкіна О.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИМОГ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ-РОБОТОДАВЦІВ ДО ФАХІВЦІВ З УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	31
Бублик М.І., Медвідь Р.В. В2С В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС	33
Будз О.Ф. РОЛЬОВА СТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВА У ВЗАЄМОДІЇ ІЗ СУБ'ЄКТАМИ МИТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	35
Будинський Р.З. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ БІЗНЕС-ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВ	37
Винничук Р.О. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ	38
Вовчанська О.М., Іванова Л.О. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РИНКУ РЕКЛАМИ	41
Волкова І.М. ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА	43
Воронін В.О., Мамчин М.М., Лянце Е.В. АВТОМАТИЗОВАНА СИСТЕМА ОЦІНКИ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ	45
Гальків Л. І. СОЦІАЛЬНИЙ ТА ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ	47

Герасимчук В. Г. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ПРОСУВАННІ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ	48
Копець Г.Р., Галаз Л.В., Гербут М.В. РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ДІЯЛЬНОСТІ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ	49
Горбенко О.В., Карпенко О.А. ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКИЙ ЛОГІСТИЧНИЙ РИНОК ВПРОВАДЖЕННЯ РЕФОРМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ.....	50
Гринів Н.Т., Наконечна Т.В., Бернацька А.А. ЛОГІСТИКА МАСОВИХ ЗАХОДІВ.....	52
Гронська Н.С. ЦІЛІСНІСТЬ МЕТАЛОГІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ СФЕР ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ, ЕКОЛОГІЇ	54
Гурч Л.М., Шевченко А.Т. РОЗУМНИЙ ТРАНСПОРТ У ЗАДОВОЛЕННІ ПОТРЕБ НАСЕЛЕННЯ У МІСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕННЯХ	56
Дайновський Ю.А., Гліненко Л.К. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	58
Двуліт З.П., Злотнік М.Л. СТАН ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ТА ТРАНЗИТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПАТ «УКРАЇНСЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ» В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	60
Двуліт З.П., Костюченко Л.П. СИСТЕМА ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПАТ «УКРАЇНСЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ»	62
Двуліт З.П., Наумчук С.І. КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК РУШІЙНА СИЛА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ.....	64
Дейнега О.В., Дейнега І.О., Волошин В.С. ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ У ЛАНЦЮГУ ПОСТАВОК ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ.....	66
Демків Я.В., Прокопишин-Рашкевич Л.М. АНАЛІЗУВАННЯ ТЕНДЕНЦІЙ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ І СВІТІ	68
Демко М.Я. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД СУЧАСНИХ БАНКІВСЬКИХ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ,	69
Дергоусова А.О., Сиволовська О.В. АСПЕКТИ ПОСТАНОВКИ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІЛЕЙ ТА ЗАВДАНЬ В РАМКАХ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ	71
Джурик Х. Б., Бондарчук М.К. ПРИНЦИПИ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	72
Довгунь О.С., Висоцький М. СУЧАСНІ ЧИННИКИ ПІДСИЛЕННЯ ВПЛИВУ МАРКЕТИНГУ НА КЛІЄНТІВ.....	73
Довгунь О.С., Руда С.І. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ.....	74
Донець Д.М., Трифонова Ю.І. МАРКЕТИНГОВІ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ.....	76
Дорошкевич К.О., Вороновська М.М., Івасюк В.В. МЕНТОРИНГОВА ДІЛЬНІСТЬ ЯК СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ	78
Дорощук Н. І. ОСВІТА ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	79
Драчук Ю.З., Сав'юк Л. О.ШЛЯХИ АКТУАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	80
Дубницький В.І. РЕПЛІКАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В ГЕОЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ.....	83
Дубовик Т.В., Бучацька І.О. ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛАХ	84
Дудкін О.М. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ КРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ НАФТОГАЗОВИХ РЕЗЕРВІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	86
Єремеева Н.С. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В КІБЕР СЕРЕДОВИЩІ.....	88
Żbikowska A. PROBLEMY BADANIA STANDARYZACJI I ADAPTACJI CEN W MARKETINGU MIĘDZYNARODOWYM	90

Живко З. Б., Баран Н. В., Зінчук Ю. Я. ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	92
Завгородня Є.Є. ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ОСВІТИ.....	94
Завербний А.С., Крикавський Є.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ З ІНШИМИ ЕЛЕМЕНТАМИ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ.....	95
Zaloznova YU., Trushkina N. WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF LOGISTIC ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE	98
Захарчин Г.М. ТРАДИЦІЙНІ Й СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ	100
Заячковська Г.А. ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	102
Зима О.Г. РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА З ВИКОРИСТАННЯМ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ	104
Зоріна О.І., Нескуба Т.В., Мкртичян О.М. БЕНЧМАРКІНГ ЗАЛІЗНИЧНИХ КОМПАНІЙ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТРАНСПОРТНОГО РИНКУ	106
Іваницька Н.Б. ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕДИЧНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ	107
Ілляшенко С. М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ	109
Кадирус І.Г., Донських А.С. БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ І МЕТОД УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	111
Каїра З.С. СТРАТЕГІЇ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ	112
Каніщенко О.Л. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	114
Karera K. WYKORZYSTANIE NARZĘDZI E-MARKETINGU WŚRÓD POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW	116
Карпій О.П., Михайлик Н.І., Патора-Висоцька С. МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ НА РИНКУ ЗАСОБІВ ПО ДОГЛЯДУ ЗА ВОЛОССЯМ.....	118
Касян С., Бардась А. ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ПАРТНЕРСЬКІЙ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ЄС	120
Касян С., Шостек Д. СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ, ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ У ПОЛЬЩІ І В УКРАЇНІ	122
Качуровський С. В. СУЧАСНІ ТРЕНДИ E-COMMERCE В ЛОГІСТИЦІ.....	123
Кіндій М.В., Сітнікова І.О. МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ ЯК СПОСІБ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ КОМПАНІЯМИ	124
Kisiołek Artur, Karyu Oleh, Prokopenko Olha SELECTED POLISH-UKRAINIAN EXPERIENCES IN THE FIELD OF ONLINE MARKETING OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....	126
Кльоба Л.Г. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ – ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	127
Klose K. ANSÄTZE ZUR GESTALTUNG EINER NACHHALTIGE LOGISTIK	129
Коваль З.О. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ НА ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ	130
Кондрат І.Ю., Ярошевич Н. Б. МОДЕЛІ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	131
Konecka S. PRZESTRZEGANIE PRZEPISÓW PRAWA REGULUJĄCYCH CZAS PRACY KIEROWCY W POLSCE.....	133

Король Я.П. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ WEB-ПРЕДСТАВНИЦТВ ВІТЧИЗНЯНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	134
Косар О.І., Білоконний І.О., Васелевський М. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	136
Косар Н.С., Кузьо Н.Є., Білик І.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	137
Костюк О.С., Подвальна Г.В., Петецький І. КОМПЛЕКСНЕ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК В СИСТЕМІ ЦІНІСНО-ОРІЄТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ	138
Крикавський Є.В. МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ (СВІТ У МОЇЙ ПРОЕКЦІЇ)	140
Крулевський А.В., Борисова Т.М. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК МАЙБУТНЯ АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦІЙНОМУ МАРКЕТИНГУ	141
Кубрак Н. Р. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ	142
Кузьмін О.Є., Жежуха В.Й. ПРОБЛЕМИ РЕІНЖИНІРИНГУ МАРКЕТИНГОВИХ ПРОЦЕСІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	143
Кулініч Т.В., Лозова І.О. УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ ВИТРАТНОСТІ РІШЕНЬ	144
Куницька О.М., Янішевський С.В. НАДІЙНІСТЬ ПРОЦЕСІВ В ЛАНЦЮЗІ ПОСТАЧАЧІВ	146
Леонова С.В. ЦИФРОВИЙ РЕКРУТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОШУКУ ТАЛАНТІВ.....	147
Литвиненко С.Л., Литвиненко Л.Л. ОПТИМІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ ПРИ МУЛЬТИМОДАЛЬНІЙ ДОСТАВЦІ НЕГАБАРИТНИХ ВАНТАЖІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН.....	149
Лифар В.В. ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ МЕРЕЖІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ	150
Лихолат С.М. ІНТЕГРАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ В МАЛИЙ БІЗНЕС	152
Лісовська Л.С., Юринець О.В. ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	154
Lutsiak V. METHODOLOGY OF COMPETITIVE INNOVATIONS DEVELOPMENT BY THE FOOD INDUSTRY ENTERPRISE	155
Люльчак З.С. ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ, ЗАГРОЗИ ТА ЗАХОДИ ПОДОЛАННЯ	158
Mahefa Andri AKTIVIERUNG DES KONSUMENTEN	159
Малинка О.Я., Устенко А.О. МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВ.....	161
Мамчун М.М., Furtak I.I., Parobetska I.M. MARKETING AND INFORMATION TECHNOLOGY IN MEDICINE.....	162
Maryniak A., Bulhakova Y. POSTAWA EKOLOGICZNA POLAKÓW I UKRAIŃCÓW WZGLĘDEM KWESTII ZAGOSPODAROWANIA ODPADÓW KOMUNALNYCH W KONTEKŚCIE PRZYJĘTYCH ROZWIĄZAŃ SYSTEMOWYCH.....	164
Maryniak Anna, Kasian Serhii ŁAŃCUCZY ZWINNE, ODCHUDZONE, ZIELONE I WRAŹLIWE – RÓŻNICE I ZALEŻNOŚCI	166
Марій О.Т. ІНТЕГРОВАНІ ЛОГІСТИЧНІ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ЯК СИСТЕМНИЙ ПІДХІД У ВИВЧЕННІ ЛОГІСТИКИ	168
Масляк О.А. ПРОБЛЕМИ СТРАХУВАННЯ ВАНТАЖІВ ПІД ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	169

Мащак Н.М., Колінські А., Сопільник Л.І. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ЛОГІСТИКИ ЗЕРНА НА УКРАЇНСЬКОМУ АГРАРНОМУ РИНКУ	170
Мельник О.Г., Муқан О.В., Ганас Л.М. ТИПОЛОГІЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	172
Мельник О.Г., Тодошук А.В., Адамів М.Є. МИТНИЙ ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ МІЖНАРОДНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ.....	174
Мних О.Б., Сапотницька Н.Я. СУСПІЛЬНА ЦІННІСТЬ І ЛОГІСТИКО-МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	176
Мороз Л.А. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ: КЛАСИФІКАЦІЙНІ І ТЕРМІНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....	178
Морохова В.О., Лорві І.Ф., Бойко О.В.ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	180
Наумік-Гладка К. ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА.....	182
Новаківський І.І. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ WEB-ПРЕДСТАВНИЦТВ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	184
Ноздріна Л.В. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ.....	186
Попадинець І. Р., Обельницька Х. В. ФОРМУВАННЯ ПРОФІЛЮ КОНСУЛЬТАНТА З МАРКЕТИНГУ ЯК МЕТОДУ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ОСОБИСТИХ ЯКОСТЕЙ ПРАЦІВНИКА.....	188
Овчарук В.В. ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ПОБУДОВИ І ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ АДМІНІСТРУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ	189
Петрович Й.М. МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В ОРГАНІЗУВАННІ ПРОВЕДЕННЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	191
Півень О.П., Ткаченко І.В. ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ СКЛАДОВИХ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОВІДНОСИН ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	192
Поплавська Ж.В. НОВА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	194
Потапов О.С. ВПЛИВ СЕЗОННИХ ХАРАКТЕРИСТИК МАРКЕТИНГОВОГО РОКУ НА ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОСТУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	195
Потапова Н.А. СМАРТ-ЛОГІСТИКА ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ	197
Прийма Л.П., Тріфонова Ю.І. ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ - НЕСТАНДАРТНЕ ВИРШЕННЯ СТАНДАРТНИХ ПРОБЛЕМ.....	199
Птащенко О. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНИХ УМОВАХ: MARKETING AGILE.....	201
Пунін Ю.О. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ: БЕНЧМАРКІНГОВИЙ ПІДХІД	202
Рачинська Г.В., Коpecь Г.Р., Урікова О.М. РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ У КОНТЕКСТІ ЗНИЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	204
Решетнікова І. Л. СОЦІАЛЬНИЙ І ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ: КОНФЛІКТ ЦІЛЕЙ ТА ІНСТРУМЕНТІВ ЇХ ДОСЯГНЕННЯ	205
Рикованова І.С. ЛОГІСТИЧНИЙ ПРОЕКТ ПОСТАЧАННЯ НЕГАБАРИТНИХ ВАНТАЖІВ	207
Ромат Є.В. ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ТЕНДЕНЦІЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	209
Руда М.В., Бортнікова М.Г. ТРЕНДИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКУ	212

Савицька Н.Л., Михайлова М.В. Ключові тенденції в маркетингу освітніх продуктів.....	215
Савченко Ю.Т. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЛАНЦЮГУ ПОСТАВОК	217
Садова У.Я., Призинчук С.Ю., Голубицький С.С. УКРАЇНО – КИТАЙСЬКА ТЕРИТОРІАЛЬНА МІГРАЦІЙНА СИСТЕМА: РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В СТАНОВЛЕННІ ТА РОЗВИТКУ.....	218
Sanak-Kosmowska K. PERSONALIZACJA KOMUNIKATÓW MARKETINGOWYCH W SERWISACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH - TARGETOWANIE IDEALNE CZY MANIPULACJA.....	220
Ситник Й.С. РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДСИСТЕМИ У ПРОЦЕСІ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ	222
Скіцько В.І. ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ	224
Стасюк К.З. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	225
Степаненко Н.І. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	226
Степура Т. М., Левочко М. В. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ЕКОЛОГІЧНІ ВИМІРИ	228
Степура Т. М., Степура А. Л. УКРАЇНО-СЛОВАЦЬКА ТЕРИТОРІАЛЬНА МІГРАЦІЙНА СИСТЕМА: ДО МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ УМОВ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ	230
Строценя Л.П. МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ	232
Струтинська Л.Р., Андрусів С.В., Афтаназів І.С. ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	233
Тараненко І.В., Яременко С.С. МОДЕЛІ СПОЖИВЧИХ НАСТРОЇВ НАСЕЛЕННЯ КРАЇН	235
Таранський І.П., Донець Д.М., Гаврись Я. МІНІМІЗАЦІЯ ВИТРАТ В ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМІ ЧЕРЕЗ СТРАХУВАННЯ	237
Терлецька В.О. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ.....	239
Токарчук С.Г., Кобилюх О.Я. ВІТЧИЗНЯНА ЕЛЕКТРОННА СИСТЕМИ ЗАКУПІВЕЛЬ: ОСОБЛИВОСТІ ТА НЕДОЛІКИ.....	240
Турчин Л.Я. МУНІЦИПАЛЬНА ЛОГІСТИКА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ	242
Ulmer Mark THE EFFICACY OF ECONOMIC SANCTIONS IN VIEW OF ALTERNATIVE COERCIVE INSTRUMENTS BETWEEN HARD AND SOFT POWER.....	243
Фарат О.В. МЕТОДИ ОЦІНКИ МАРКЕТИНГОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	245
Федорченко А.В. НОВА ПАРАДИГМА СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ	246
Фігун Н.В., Пастернак О.І. КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ У РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	248
Nadrian P. ASSESSMENT OF THE CO-ORDINATION OF MARKETING TOOLS. RESULTS OF RESEARCH.....	250
Харсун Л.Г., Лиса С.С. ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНИХ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ В УКРАЇНІ	252
Chłipała P. UWAGI NA TEMAT PODSTAW METODOLOGII BADAŃ MARKETINGU	254
Howaniec H., Tarczydło B. SOCIAL ENGAGEMENT AS A PART OF CSR STRATEGY	255
Хрупович С.Є. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ КНИЖКОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	257
Чайка Є.В., Зозульов О.В. СУБ'ЄКТИ РИНКУ КІБЕРСПОРТУ ТА ВІДНОСИНИ МІЖ НИМИ	258

Чернобай Л.І., Черкас Х.Р. РЕФОРМУВАННЯ ЗАЛІЗНИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ	259
Чирва О.Г., Подзігун С.М. СУЧАСНІ ТРЕНДИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	263
Chornopyska N. , Bolibrukh L. QUALITY OF LOGISTICS: RESEARCH OF 3PL MARKET IN UKRAINE	264
Czubała A. OBSZARY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE	265
Чуприна Н.М., Кузнецова Н.Г. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ РОЗРОБОК НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	267
Шалева О.І. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТЕМПЕРАТУРНОЇ ЛОГІСТИКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	268
Шандова Н.В. СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОМПАНІЇ	269
Шандрівська О. С., Якимшин Л. Я. РИНОК ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ 2018: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ	271
Шкварчук Л. О. МІСТКІСТЬ РИНКУ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ	272
Яворська М. К. ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «НАУКА»	274
Яковлев А.І. ЗАСОБИ ВРАХУВАННЯ ПОТРЕБИ КОНКРЕТНИХ СПОЖИВАЧІВ	276
Віктор Я. МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ КОРДОНИ. ПРО ПРОСУВАННЯ МІСТ- ПОБРАТИМІВ: КРАКОВА І ЛЬВОВА	278
Мельникович О.М., Юсупова О.В. ТЕНДЕЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	280
Перевозова І.В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	282
Смерічевська С.В. СТРАТЕГІЯ ТОТАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА РЕАЛІЇ	284
Глинський Н.Ю., Гірна О.Б. ОБГРУНТОВАННЯ МІСЦЯ ТА РОЛІ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ ГРОМАДИ	286
Яричевська Я.І., Глинський Н.Ю. «ЗЕЛЕНА» ЕНЕРГЕТИКА У ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СУЧАСНОГО МІСТА	287