

Кафедра маркетингу і логістики  
Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)  
Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього (Україна)  
Кафедра маркетингу Університету Марії Кюрі-Склодовської (Польща)  
Інститут економічних досліджень (Польща)  
Університет прикладних наук і мистецтв Оствестфален-Ліппе (Німеччина)  
Кафедра виробничого менеджменту і логістики  
Познанської політехніки (Польща)  
Кафедра маркетингу Краківського Економічного Університету (Польща)  
Кафедра фінансів і логістики Вищої школи фінансів і права (Польща)  
ВГО «Українська Асоціація Логістики» (Україна)  
ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна)  
ВГО «Об'єднання маркетологів України» (Україна)

## **ПРОГРАМА**

### **XV Міжнародної науково-практичної конференції**

### **МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ:**

### **ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ пам'яті професора Євгена Крикавського**

*17 жовтня 2024 р.*

**ЛЬВІВ 2024**

## **Мета конференції:**

Висвітлення новітніх теоретичних і прикладних результатів щодо застосування сучасних інноваційних технологій у діяльності вітчизняних та закордонних підприємств, узагальнення та розвиток результатів науково-прикладних досліджень вчених з питань сучасних тенденцій і перспектив розвитку маркетингу і логістики в умовах сьогодення.

## **ПОРЯДОК РОБОТИ:**

*17 жовтня 2024р. (четвер)*

*204 ауд. Головного корпусу*

Пленарне засідання (часина I)	- з 10:00 до 13:30 год.
Перерва	- з 13:30 до 14:15 год.
Пленарне засідання (частина II)	- з 14:15 до 17:30 год.

*18 жовтня 2024р. (п'ятниця)*

*Екскурсійний день*

Підключення до конференції Zoom за посиланням:

**<https://us02web.zoom.us/j/88313396516?pwd=iNoCPbE8RlR3a7oo8le7WlssQNoCdM.1>**

**Meeting ID: 883 1339 6516**

**Passcode: 384946**

Доступ за вказаним вище посиланням буде доступний в день конференції 17.10 з 9:30.

# ПРОГРАМА КОНФЕРЕНЦІЇ

**10:00 – 13:30 – ЗАСІДАННЯ (І ЧАСТИНА)**

- 10<sup>00</sup> – 10<sup>05</sup> ВІТАЛЬНЕ СЛОВО**  
**Юрій БОБАЛО** – д.т.н., професор, ректор Національного університету "Львівська політехніка"  
**Наталія ЧУХРАЙ** – д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків Національного університету «Львівська політехніка»
- 10<sup>05</sup> - 10<sup>10</sup> ВІТАЛЬНЕ СЛОВО**  
**Степан КУЙБИДА** – перший заступник голови Тернопільської облдержадміністрації
- 10<sup>10</sup> – 10<sup>15</sup> ВІТАЛЬНЕ СЛОВО**  
**Ян БІНДА** – доктор габ., інженер, ректор Вищої школи фінансів і права (м. Бельсько-Бяла, Польща)
- 10<sup>15</sup> – 10<sup>20</sup> ВІТАЛЬНЕ СЛОВО**  
**Михайло ГОНЧАР** – д.е.н., професор, директор Інституту економіки і менеджменту Національного університету "Львівська політехніка"
- 10<sup>20</sup> – 10<sup>30</sup> МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА: ПРИЗМА ПОГЛЯДУ НАУКОВЦЯ ЄВГЕНА КРИКАВСЬКОГО**  
**Назар ГЛИНСЬКИЙ** – д.е.н., завідувач кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка»
- 10<sup>30</sup> - 10<sup>45</sup> ПОЄДНУЄМО ТЕОРІЮ І ПРАКТИКУ: КОНФЕРЕНЦІЇ З МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ У ЛЬВІВСЬКІЙ ПОЛІТЕХНІЦІ**  
**Людмила МОРОЗ** – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка»
- 10<sup>45</sup> – 11<sup>00</sup> ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ, ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ**  
**Степан КУБІВ** - к.е.н., доцент, народний депутат України,

екс перший віце-прем'єр-міністр України - міністр економічного розвитку і торгівлі України

11<sup>00</sup> – 11<sup>20</sup>

**PRZYWÓDZTO PROMOCYJNE JAKO STRATEGIA KONKUROWANIA W SEKTORZE DYSTRYBUCJI**

**Ян ВІКТОР** – доктор габ., професор, завідувач кафедри маркетингу Краківського економічного університету (м. Краків, Польща)

11<sup>20</sup> – 11<sup>35</sup>

**ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ З ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 5.0: ІНТЕГРАЦІЯ ЗНАНЬ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

**Марія ГРИГОРАК** – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту підприємств Національного технічного університету України «КПІ ім. Ігоря Сікорського»

11<sup>35</sup> - 12<sup>00</sup>

**CHIŃSKA INICJATYWA PASA I SZLAKU A ZMIANY W STRUKTURZE GOSPODARKI ŚWIATOWEJ I PROCESY GLOBALIZACJI W XXI WIEKU**

**Сильвія НИЧ-ВОЙТАН** – доктор наук, директор департаменту управління персоналом «Lufthansa Global Business Services»

12<sup>00</sup> - 12<sup>15</sup>

**ТРАНСФОРМАЦІЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: НАСЛІДКИ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ВПЛИВІВ**

**Олена КАНИЩЕНКО** – д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування КНУ ім. Т.Шевченка

**Наталія РУДЕНКО** – к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування КНУ ім. Т.Шевченка

12<sup>15</sup> – 12<sup>30</sup>

**STUDENTS' READINESS TO WORK IN THE ERA OF INDUSTRY 4.0**

**Ірена ПАВЛИШИН** - доктор-інженер, Інституту логістики Познанської політехніки (м. Познань, Польща)

12<sup>30</sup> – 12<sup>45</sup>

**ОМНІКАНАЛЬНІСТЬ: СУЧАСНА ПАРАДИГМА МАРКЕТИНГУ**

**Світлана КОВАЛЬЧУК** - д.е.н., професор, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

- 12<sup>45</sup> – 13<sup>00</sup> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЗВО**  
**Ірина ТРУНІНА** – д.е.н., професор, завідувач кафедри бізнес-адміністрування, менеджменту і маркетингу Кременчуцького національного університету ім. М. Остроградського
- 13<sup>00</sup> – 13<sup>15</sup> LSTM-BASED FAILURE PREDICTION FOR AUTOMATED GUIDED VEHICLE SYSTEMS**  
**Лі Лі** - професор, доктор-інженер, Вища технічна школа Оствестфален-Ліппе, Університет прикладних наук і мистецтв (м. Лемго, Німеччина)
- 13<sup>15</sup> – 13<sup>30</sup> ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ФОРМУЮТЬ МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ РЕЛОКОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ**  
**Катерина ПЛЮВА** – к.е.н., декан фінансово-економічного факультету, доцент кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка»

## **13:30 – 14:15 - ОБІДНЯ ПЕРЕРВА**

## **13:30 – 17:15 – ЗАСІДАННЯ (II ЧАСТИНА)**

- 14<sup>15</sup> – 14<sup>35</sup> THE IMPORTANCE OF A LOW-PRICE IMAGE IN A DEMANDING PRICING ENVIRONMENT – AN INTRODUCTION TO SURVEY RESULTS**  
**Ілона ЛПОВСЬКА** – доктор габ., професор кафедри інформаційних систем і логістики Університету Марії Кюрі-Склодовської (м. Люблін, Польща)
- 14<sup>35</sup> – 14<sup>50</sup> КОМУНІКАЦІЇ ТА ДІАЛОГ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ В АКРЕДИТАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ**  
**Мирослава БОСОВСЬКА** – д.е.н., професор, Державний торговельно-економічний університет

- 14<sup>50</sup> – 15<sup>05</sup> ЕКОСИСТЕМНА ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ НА ЗАСАДАХ БЕНЧМАРКІНГУ**  
Андрій ФЕДОРЧЕНКО – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана
- 15<sup>05</sup> – 15<sup>20</sup> СТВОРЕННЯ НОВОЇ ПЛАТФОРМИ ДОСТУПУ ДО ІНФОРМАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ**  
Ольга МНИХ – д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка»
- 15<sup>20</sup> – 15<sup>35</sup> SUSTAINABLE MARKETING AS A CATALYST FOR CONSCIOUS CONSUMPTION: SECTOR-SPECIFIC INSIGHTS FROM ITALIAN SUSTAINABILITY LEADERS**  
Наталія КОЧКІНА – к.е.н., доцент, ГО «Об'єднання маркетологів України»
- 15<sup>35</sup> – 15<sup>55</sup> DEVELOPMENTS ON AUTONOMY OF AUTOMATED VEHICLES FOR LOGISTICS NETWORKING IN FACTORIES**  
Лофар ШУЛЬЦЕ – доктор-інженер, професор Ганноверського університету ім. В. Лейбніца (м. Ганновер, Німеччина)
- 16<sup>55</sup> – 16<sup>10</sup> ЦІННОСТІ УКРАЇНСЬКИХ СПОЖИВАЧІВ: ДО, ПІД ЧАС ТА ПІСЛЯ ВІЙНИ**  
Андрій ПРУДІУС – бізнес-консультант з маркетингу
- 16<sup>10</sup> – 16<sup>25</sup> МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ ОБОРОННО-ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**  
Олександр ЗОЗУЛЬОВ – к.е.н., професор, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

- 16<sup>25</sup> – 16<sup>40</sup> LOGISTICS MODELS FOR THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN GRAIN PRODUCTION**  
**Анастасія МОСТОВА** – к.е.н., доцент, Варненський університет менеджменту (м. Варна, Болгарія)
- 16<sup>40</sup> – 16<sup>55</sup> ВПЛИВ ЦІН ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ НА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ: ЛОГІСТИЧНІ НЬЮАНСИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**  
**Вячеслав БАРАННІК** – к.е.н., с.н.с., Національний інститут стратегічних досліджень
- 16<sup>55</sup> – 17<sup>10</sup> D2C-МОДЕЛЬ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ**  
**Віталій ШАРКО** – д.е.н., доцент, професор кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ

## **ЗАГАЛЬНИЙ ПЕРЕЛІК ТЕМ ДОПОВІДЕЙ УЧАСНИКІВ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**АДАМЧУК Р.І. ОПЕРАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ: НОВИЙ ШЛЯХ ДО  
КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ У ЛОГІСТИЦІ ТА ВИРОБНИЦТВІ**  
**AMBARCHIAN M.S., BEREZKIN I.M. VALUE CHAINS OF GLOBAL MARKET  
PLAYERS: THE EVIDENCE OF CAR MANUFACTURERS**

**АНДРОЩУК І.О., ГАРНА У.Ю., КОБЕЛЄВА Т.О. СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК  
КРЕАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**  
**АНДРУСЕНКО Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛІ  
ВИМІРЮВАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ**  
**АФАНАСЬЄВА О.К., ВІНОГРАДОВА В.В. ЗАСТОСУВАННЯ STR-МАРКЕТИНГУ  
УКРАЇНСЬКИМИ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКИМИ  
ПІДПРИЄМСТВАМИ**

**БАЛИК У.О., СТЕВЧАК Ю.І. ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В  
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ**

**БАЛУК Н.Р. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО  
СТАНДАРТІВ ІНДУСТРІЇ 5.0: ВИКЛИКИ Й МОЖЛИВОСТІ**

**БАРАНІК В.О. ВПЛИВ ЦІН ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ НА  
ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ:  
ЛОГІСТИЧНІ НЮАНСИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**БЕНЧУК С.О. РОЗВИТОК ЦЕМЕНТНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В  
УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

**БІЛИК І.І., КРИКАВСЬКИЙ В.Є. ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ  
В ІНДУСТРІЇ 5.0: ВПЛИВ НА НЕПРИБУТКОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**БІЛИК І.І., ЦЕРКОВНЮК О.Е., НИЧ-ВОЙТАН С. ІНДУСТРІЯ 5.0 ЯК НОВИЙ  
ЕТАП РОЗВИТКУ ІТ-КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**  
**BILOVODSKA O. USING AI TECHNOLOGIES IN EDUCATION: WAYS AND  
PRACTICAL CASES**

**BILOKON A.V. USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN MARKETING ACTIVITIES  
OF STARBUCKS**

**БІЛОКОНЬ Т.М., СЕРГІЙЧУК І.В. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК  
ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ**

**BILOKON T.M. ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LOGISTICS:  
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES**

**БІЛОНОГ А.П., ГЛУЩЕНКО С.Д., ГРИЦЕНКО С.І. СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ  
МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ**

**БІЛУХА М.А. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДИСТРИБУЦІЄЮ  
ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ  
ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД**

**БОГДАНОВА П.А., БЕЗСМЕРТНА О.В. МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА В  
КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

**БОЄНКО О.Ю. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ЯК ФАКТОР ПОЗИТИВНИХ  
ЗМІН**



**БОЙЧУК І.В. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

**БОНДАРЧУК М.К., КАЧАН С.Л., РИБ'ЯК В.В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ**

**БОРИСОВА Т. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ**

**БОЧАРОВА Н.А., ЯРОВИЙ І.О. ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В МУЛЬТИКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**БОЧКО О.Ю., КОЖУШКО П.І., МАГЕФА А. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ВИРОБНИКІВ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**БОЧКО О.Ю., КУЗЬОР А. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА МАРКЕТИНГУ: ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ХХІ СТ.**

**БУДНІКЕВИЧ І.М., КЛИПАЧ А.Я. КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ТА МАРКЕТИНГ СПОРІДНЕНОСТІ В СИСТЕМІ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ**

**БУТ О.В. ВАЖЛИВІСТЬ DATA-DRIVEN МАРКЕТИНГУ У ЦИФРОВІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОМПАНІЙ**

**ВАСИЛИШИНА Л.М., ЛАГОДА Д.Д. РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ЯК МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТУ У ВІДБУДОВІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

**ВАСИЛЬЦІВ Н.М. БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ**

**ВЕСОЛОВСЬКА М.К. ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ**

**WIKTOR J. PRZYWÓDZTO PROMOCYJNE JAKO STRATEGIA KONKUROWANIA W SEKTORZE DYSTYBUCJI**

**ВОВЧАНСЬКА О.М., ІВАНОВА Л.О. МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ 5.0: ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ КЛІЄНТАМ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ДОСВІДУ**  
**ВОЛОБОЄВ В.Д. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ІТ-БІЗНЕСУ У ВОЄННИЙ ЧАС**

**ВОЛОХОВА І.В., ВОЛОХОВ В.А. ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПРИМІСЬКИМИ ПАСАЖИРСЬКИМИ ПЕРЕВЕЗЕННЯМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ**

**ВОЛЯНИК Г.М. НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**ГАЙДУК А.Б., КУЗЬО Н.Є. ЗМІНА АКЦЕНТІВ У РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**GAO ZHENHUA MARKETING STRATEGIES FOR VENTURE PROJECTS LAUNCHING AND DEVELOPING**

**ГАРМИДЕР Л.Д., КУЧКОВА О.В., СЛЮТА А.О., ЖУРАВЕЛЬ В.В. ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ ЯК СПОСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ**

**ГНИЛЯНСЬКИЙ І.І., ПОГРЕБНИЙ В.І. МАРКЕТИНГОВА І ЛОГІСТИЧНА ОСВІТА: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ**

**ГОЛОВЕЦЬКИЙ Д.І. ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ**

**ГОНЧАР М.Ф., ДОБРОВОЛЬСЬКИЙ С.В., ЗАВЕРБНИЙ С.А. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОНЛАЙН-РЕПУТАЦІЇ У СФЕРІ ЛОГІСТИКИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**ГРИГОРАК М.Ю. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ З ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 5.0: ІНТЕГРАЦІЯ ЗНАТЬ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

**ГРИНІВ Н.Т., ДАНИЛОВИЧ Т.Б., АЛЕКСАНДРАВІЧУТЕ Б. КОНТРЕЙЛЕРНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ЯК ОДНА З ПРОГРЕСИВНИХ ФОРМ ЛОГІСТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**ГРИНІВ Т.Т., СЕНІВ Л.О. ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ЕКОНОМІКУ ТА БІЗНЕС**

**ГРИЦЕНЮК Д.О., БЕЗСМЕРТНА О.В. ЖІНКА В ЛОГІСТИЦІ. ЇЇ ВПЛИВ ТА ЗНАЧЕННЯ В ЛОГІСТИЧНІЙ СФЕРІ**

**ГУМЕННА О.В., БЕДІЙ Н.І. РОЗВИТОК ПРИНЦИПІВ ESG В УКРАЇНІ ЯК ПЕРСПЕКТИВА ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК**

**ГУРЧ Л.М. ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ**

**ДАЦЮК А.М., ГОЙДАШ Ю.Р., ПРОЦАК К.В. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В АДАПТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**ДЕЙНЕГА І.О., ДЕЙНЕГА О.В. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**ДЕЙНЕКА О.Г., ЛУК'ЯНОВА О.М. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ**

**ДЕМКО М.Я., ПИТУЛЯК Н.С. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**DENG ZHAO THE MARKETING ROLE IN A JOINT-STOCK COMPANY'S CORPORATE STRATEGY DEVELOPMENT**

**ДЕРГОУСОВА А.О., СИВОЛОВСЬКА О.В. FUTURE MARKETING TRENDS ЧИ ЯКИМ МАРКЕТИНГ БУДЕ В 2025 РОЦІ**

**ДЖУС В.В., ЄСІН О.О., СКОТАРЕНКО М.Д. ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ AFFILIATE-МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ШВИДКОЗМІННОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА**

**ДЖУС В.В., СКОТАРЕНКО М.Д. LOVEMARKS: ЯК БРЕНДАМ ЗАВОЮВАТИ ЛЮБОВ КЛІЄНТІВ СЬОГОДНІ**

**ДЖУС В.В., СУХОВЕЦЬКИЙ А.В. NFT У МАРКЕТИНГУ ЯК МОЖЛИВІСТЬ СТВОРЕННЯ УНІКАЛЬНИХ ПРОПОЗИЦІЙ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ**

**ДЖУС В.В. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ У ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТАХ В УКРАЇНІ: РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ**

**DING NAN EVALUATING THE IMPACT OF TECHNOLOGY TRANSFER MANAGEMENT ON ENTERPRISE'S LOGISTIC SYSTEM PERFORMANCE**  
**ДОВГУНЬ О.С. ТЕНДЕНЦІЇ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ РИНКУ, Е-МАРКЕТИНГУ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ МАРКЕТОЛОГІВ**  
**ДОНЕЦЬ Д.М., ДИМОН І.В. ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГУ**  
**ДОНЕЦЬ Д.М., ПАПРОЦЬКА В.В. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ: ДВІ СТОРОНИ МЕДАЛІ ДЛЯ БІЗНЕСУ**  
**ДОРОШ М.М. ЦИФРОВА РЕКЛАМА ЯК ОСНОВНИЙ КАТАЛІЗАТОР УСПІШНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**  
**ДОРОШ-КІЗИМ М.М. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК СУЧАСНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**  
**ДОЦЕНКО Г.Є., ЖУРАВЕЛЬ В.В. ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**  
**ДОЦЕНКО Г.Є. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОСТІ**  
**ДРЕПІН І.М., РАЙКО Д.В. ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЗА ДОПОМОГОЮ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ПРОЦЕСІВ**  
**ДУБНИЦЬКИЙ В.І. КОНЦЕПТ-МОДЕЛЬ НОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ЯК ФАКТОР ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ ЕКОСИСТЕМ У РАМКАХ ШЕРЕНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ**  
**ЄВСЄЄВ А.С. ДОСВІД МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І ПІДТРИМКИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ В НІМЕЧЧИНІ**  
**ЖЕГУС О.В. ЛЮДИНОЦЕНТРИЧНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ПРИНЦИП МАРКЕТИНГУ 5.0**  
**ЖИВКО З.Б., СТАДНИК М.Є. ЛОГІСТИЧНІ ІННОВАЦІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**  
**ЖУГА Д.А., ПЕРЕРВА П.Г. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕВОЛЮЦІЇ КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ**  
**ЖУРАВЕЛЬ В.В., МУРАДЯН Л.А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВЗАЄМОДІЇ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ**  
**ЗАВЕРБНИЙ А.С., КАРАБІНОВИЧ Р.В., ЗУЗАК О.В. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВРОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ: РЕПУТАЦІЙНИЙ АСПЕКТ**  
**ЗАВЕРБНИЙ А.С., НАЛУТКА П.В., ЗАВЕРБНИЙ С.А. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕПУТАЦІЇ У ЛОГІСТИЦІ УКРАЇНИ**  
**ЗАВЕРБНИЙ А.С., ЯЦУЛЬЧАК Р.М., ЗАРЕМБА Н.Ю. ОСОБЛИВОСТІ ОН-ЛАЙН РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ЛОГІСТИЦІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ**  
**ЗАСТАВНИЙ В.С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦИФРОВИХ ПРОДУКТІВ**  
**ЗАХАРЧИН Г.М. ВПЛИВ КУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ НА МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**  
**ЗАХАРЧИН Р.М. АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙ ДО СУЧАСНИХ УМОВ**

**ЗОЗУЛЬОВ О.В. МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В ЕПОХУ ПОСТГЛОБАЛІЗМУ  
ЗОЗУЛЬОВ О.В. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ ОБОРОННО-  
ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

**ЗОРИНА О.І., ІГНАТЕНКО В.С. ІНТЕГРАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У  
МАРКЕТИНГОВУ СТРАТЕГІЮ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА В  
УМОВАХ ВІЙНИ**

**ЗОРИНА О.І., МКРТИЧЬЯН О.М., БЛОГУБОВ Є.О. CUSTOMER JOURNEY  
MAPPING: АНАЛІЗ ШЛЯХІВ КЛІЄНТА ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ З  
БРЕНДОМ**

**ІВАНЕНКО Л.М., ІВАНЕНКО В.І. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО МОДЕЛЮВАННЯ  
ВНУТРІШНЬОВИРОБНИЧОЇ ЛОГІСТИКИ**

**ІЛЛЯШЕНКО Н.С. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ У РУСЛІ  
ІНДУСТРІЙ 4.0 ТА 5.0**

**ІЛЛЯШЕНКО С.М. МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ  
ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ І ПРОБЛЕМИ**

**КАНЩЕНКО О.Л., РУДЕНКО Н.В. ТРАНСФОРМАЦІЯ МІГРАЦІЙНИХ  
ПРОЦЕСІВ: НАСЛІДКИ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ВПЛИВІВ**

**КАПЛЕНКО Т.Ю., ПЕРЕРВА П.Г. ТОВАР В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ:  
ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАПРАЛЬ О.Р. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА КІНЦЕВИЙ ВИБІР  
СПОЖИВАЧА**

**КАРАНДІН О.В. ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ ЗБОРУ ДАНИХ У ТАРГЕТОВАНІЙ  
РЕКЛАМІ**

**КАРПІЙ О.П., МИХАЙЛИК Н.І. ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ  
СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

**КІНДІЙ М.В. АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ В  
УМОВАХ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ: ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА  
ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМУНІКАЦІЙ**

**КІРЖЕЦЬКА М., КІРЖЕЦЬКИЙ Ю. ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ЦИФРОВОГО  
БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

**КІРНОСОВА М.В. ВРАХУВАННЯ ЕФЕКТУ ВІДСКОКУ ПРИ ПЛАНУВАННІ  
УПАКУВАННЯ В ЦИРКУЛЯРНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

**КЛИМЕНТОВА М.В. ФОРМУВАННЯ ЦІНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО  
ПІДПРИЄМСТВА НА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНУ ПРОДУКЦІЮ**

**КЛІМОВ М.В. МАРКЕТИНГОВИЙ СУПРОВІД ОСВІТНІХ ІННОВАЦІЙ**

**КОБЕЛЄВ І.В. ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ  
KOVALOVA M. FORMATION OF SALES ACTIVITIES OF TRADE ENTERPRISES  
TAKING INTO ACCOUNT THE SPECIFICS OF «GREEN» ECONOMY SKILLS AS  
AN ELEMENT OF THE CIRCULAR ECONOMY**

**КОВАЛЬСЬКА К.В., ВІДРАШКО В.О. АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ  
СТРАТЕГІЙ ПІД ЧАС ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ**

**КОВАЛЬЧУК М.С. ДИСТАНЦІЙНИЙ ДОГОВІР КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ В  
УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ Й ПОШИРЕННЯ КІБЕРЗАГРОЗ**

**КОЛОМІЄЦЬ О., МИСЬКІВ О.М. ІНСТРУМЕНТИ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ**

**КОМАР М.І., БІЛЯВСЬКА О.Т., ЗОМЧАК Л.М. КІЛЬКІСНЕ ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ НА ДИНАМІКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

**КОНАК Є.І. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ВИПЕРЕДЖУВАЛЬНІЙ ЛОГІСТИЦІ: ПІДВИЩЕННЯ ТОЧНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ**

**КОНЕВИЧ С.П., ДЗЬОБА О.Г. ПРОБЛЕМИ ЕТИКИ ТА ПРОЗОРОСТІ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ**

**КОРНІЙКО Я.Р., ПОПОВ Р.Р. УПРАВЛІНСЬКІ ПІДХОДИ: ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ**

**КОРОЛЬКОВ В.В., ПУРШЕВА В.М. ГЛОБАЛІЗАЦІЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЗАКУПІВЕЛЬНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ**

**КОРОЛЬКОВ В.В., СКОРИК В.А. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ВЕЛИКОГО МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ОНОВЛЕННЯ**

**КОРОЛЬКОВ В.В., ХАРЧЕНКО Ю.А. ФОРМУВАННЯ НОВИХ ЛАНЦЮГІВ ЗБУТУ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ КОМЕРЦІЇ**

**КОСАР Н.С., ЗАЯЦЬ П.В. SERM У ФОРМУВАННІ СЕГМЕНТООРІЄНТОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПРОДАВЦІВ КОРМІВ ДЛЯ ДОМАШНІХ ТВАРИН**

**КОСЕНКО С.А. ФОРМУВАННЯ ПОЛОЖЕНЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

**КОСТИНЕЦЬ В.В. ПРОБЛЕМА СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ**

**КОСТИНЕЦЬ Ю.В., ЖУКОВ С.А., ЖУКОВ І.С. ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОГІСТИКИ РІТЕЙЛУ: КРАЩІ ПРАКТИКИ ЄС – ПРОЄКТ SOCAMPL4.0**

**КОСТИНЕЦЬ Ю.В., КОЛЕСНИК Б.О. ЕФЕКТИВНІСТЬ МЕТОДІВ РОЗШИРЕННЯ АУДИТОРІЇ БРЕНДУ У ВЛАСНИХ МЕДІА**

**KOSHKINA N., FLORIS M., MACCHIA S. SUSTAINABLE MARKETING AS A CATALYST FOR CONSCIOUS CONSUMPTION: SECTOR-SPECIFIC INSIGHTS FROM ITALIAN SUSTAINABILITY LEADERS**

**КРИВОМЛІН В.В. ІДЕНТИФІКАЦІЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

**КУБРАК Н.Р. МАКРОАНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО РЕГІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ**

**КУВАЄВА Т.В., ПІЛОВА К.П., ШИНКАРЕНКО Н.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ФОРМУЮТЬ МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ РЕЛОКОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**КУЧКОВА О.В., ОЛЕФІРЕНКО Я.С. ІНТЕГРАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**КУЧКОВА О.В., ДОРОШ К.А. ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

**КУЧКОВА О.В., ШИМАНАУСКАС О.Ю. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

**КУЧКОВА О.В., АРХІРЕЙСЬКА Н.В., ПАВЛЕНКО К.В. РОЛЬ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У ЦИФРОВІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

**КУЧКОВА О.В., БІЛОУСОВ Я.С. ПОКРАЩЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДОСТАВКИ ГУМАНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ ВОЛОНТЕРСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ В УКРАЇНІ**

**КУЧКОВА О.В., ГЕЛЕТА І.В. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**КУЧКОВА О.В., ЖИВЦОВ В.О. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**КУЧКОВА О.В., МАКАРЕНКО С.М. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: АДАПТАЦІЯ ДО ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО РИНКУ**

**КУЧКОВА О.В., ОВЧАРЕНКО О.Є. РОЛЬ ЛОГІСТИКИ У РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ЕФЕКТИВНІСТЬ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**ЛАЩИК І.І., ВІБЛИЙ П.І. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**ЛЕВЧУК А.О., ГРИЦЕНКО С.І. ВПЛИВ ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ НА ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАННЯ**

**ЛЕОНОВ О.О. ISSUES OF PROFESSIONAL TRAINING OF SPECIALISTS IN LOGISTICS**

**ЛЕОНОВА С.В., БАСАРАБ Н.Р., РУДНИК Л.В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ**

**ЛЕОНОВА С.В., СУРУЖІУ І.С. ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**ЛЕОНОВА Т.М. MARKETING COMMUNICATIONS IN INFORMATION TECHNOLOGIES**

**LETNYTSKII A. INNOVATIONAL MARKETING STRATEGIES IN ADDITIVE MANUFACTURING**

**ЛИТВИШКО Л.О., КУПІРІЄНКО О.О., ЛИТВИШКО О.О. ОСОБЛИВОСТІ ПАРАДИГМИ «ІНДУСТРІЇ 5.0»**

**ЛИХОЛАТ С.М., ОРЕЛ С.В. РОЗВИТОК РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ**

**ЛИХОЛАТ С.М., СТАСУЛА М.Т. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

**ЛИХОЛАТ С.М., ЧЕРЕПАНИН А.І. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: НАЦІОНАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ГЛОБАЛЬНІ ВИМИРИ**

**LI L., SCHULZE L. DEVELOPMENTS ON AUTONOMY OF AUTOMATED VEHICLES FOR LOGISTICS NETWORKING IN FACTORIES**

**LI L. LSTM-BASED FAILURE PREDICTION FOR AUTOMATED GUIDED VEHICLE SYSTEMS**

**LIPOWSKA I., LIPOWSKI M. THE IMPORTANCE OF A LOW-PRICE IMAGE IN A DEMANDING PRICING ENVIRONMENT – AN INTRODUCTION TO SURVEY RESULTS**

**LIU YANLING STRATEGIC INNOVATION MANAGEMENT DESIGN FOR INTEGRATED COOPERATIVE LOGISTICS NETWORKS DEVELOPMENT**

**ЛУЦЕНКО І.С., БУКАНЬ Л.В. ЛОГІСТИКА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: ПРЕДИКТИВНА АНАЛІТИКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ**

**ЛЮБКА В.В., МАРУЩАК С.І. СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНЕ МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

**ЛЯЛЮК А.М. ФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) РІВНЯ З УРАХУВАННЯМ ВИМОГ, НАПРАВЛЕНИХ НА ДОСЯГНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**МАКОГІН П.О., ВИННИЧУК Р.О. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У РЕКРУТИНГУ**

**МАЛЯР Є.О., СМЕРІЧЕВСЬКА С.В. ВПЛИВ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ**

**МАМЧИН М. М., ПРИЙМА П.Б. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ СВІТЛИХ НАФТОПРОДУКТІВ УКРАЇНИ**

**МАРУШКО Н.С. МЕРЧАНДАЙЗИНГОВИЙ АУДИТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

**MATSUKA V., HORBASHEVSKA M. INNOVATIVE MANAGEMENT IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION**

**МАЩАК Н.М. ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ**

**MELNYK A. MARKETING EVOLUTION FROM DIGITAL MARKETING TO WEB 3.0 MARKETING**

**МЕЛЬНИКОВИЧ О.М., ФІГУРА В.В. СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ**

**МИЛЬКО І.П. ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МАРКЕТИНГУ**  
**МИРОШНИК Т.О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**МИСЬКІВ Г.В., ТАГІЄВ Є.А. РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ У РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

**МИХАЙЛИШИН Л.І., КАНУННИКОВА З.А. МАРКЕТИНГ І ЛІДЕРСТВО В МІЖНАРОДНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ**

**МІШУСТІНА Т.С. СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ: МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРІЄНТАЦІЇ НА БРЕНД В УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОСИСТЕМИ**

**МНИХ О.Б., ДАЛИК В.П., МАЦЕВКО Б.В. СТВОРЕННЯ НОВОЇ ПЛАТФОРМИ ДОСТУПУ ДО ІНФОРМАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ**

**МОРОЗ Л.А., ГЛИНСЬКИЙ Н.Ю. ПОЄДНУЄМО ТЕОРІЮ І ПРАКТИКУ: КОНФЕРЕНЦІЇ З МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ У ЛЬВІВСЬКІЙ ПОЛІТЕХНІЦІ**

**MOSTOVA A. LOGISTICS MODELS FOR THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN GRAIN PRODUCTION**

**НАКОНЕЧНА Т.В. ДАНЧО Ю.Ю. КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ**

**НЕГРЕЙ М.В., КОСТЕНКО І.С., КОСТЕНКО С.О. ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ РОЗБУДОВИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ: БІБЛОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ DIMENSIONS ТА VOSVIEWER**

**НЕЛПОВИЧ Л.О. ПРОБЛЕМА РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЧНОГО НАПРЯМУ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**НЕЩАДИМ Л.В. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЛОГІСТИЦІ**

**НОВАКІВСЬКИЙ І.І., БІДНИК Н.Б. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ В СФЕРАХ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ**

**НОВАКІВСЬКИЙ І.І., БОРОТЮК Н.А. АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАГРОЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ І ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА**

**НОВАКІВСЬКИЙ І.І., ОЛІЙНИК Р.В. ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ПРОТИДІЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИМ ЗАГРОЗАМ**

**ОЗАРКІВ І.С. ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ЕКОЛОГІЧНОЇ СТАЛОСТІ В УКРАЇНІ У РАМКАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОГРАМ**

**ОКЛАНДЕР І.М. ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПОЗИЦІЇ САЙТУ В ТОПІ GOOGLE**

**ОКЛАНДЕР М.А. СУТТЄВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАТИВНОЇ РЕКЛАМИ**

**ОСТРОВЕРХ Г.С. СТРАТЕГІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (ШІ) У МАРКЕТИНГОВІ КАМПАНІЇ: МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**ОСТРОВСЬКИЙ О.Т., ОСТРОВСЬКА Г.Й. РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГУ: ІННОВАЦІЇ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**ПАНЧЕНКО М.О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ВИРОБНИКІВ ОРГАНІЧНИХ ДОБРІВ**

**ПЕДЧЕНКО Д.В. ПОСТАНОВА ЗАВДАННЯ ВИБОРУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**ПЕРЕРВА О.П. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОГО**



## **ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

**ПЕТЕЦЬКІ І., ЗАРІЧНА О., НЯНЬКО В.М. ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ VALUE-BASED MANAGEMENT ЯК НАПРЯМУ ПІДВИЩЕННЯ ЦІННОСТІ**

**PETRENKO V.P. CREATIVE DESTRUCTION: THE IMPACT OF THE WAR ON UKRAINIAN ENTREPRENEURSHIP ABROAD**

**ПИРОГ В.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**ПОДОЛЯН О.О., ЗОЗУЛЬОВ О.В. БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ ЯК АКТИВ ПІДПРИЄМСТВА**

**ПОНОМАРЬОВ В.Д. ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**ПОПКО О.В., СЛПЕЦЬКИЙ О.С. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ**

**ПОПКО О.В., ФІЛАТОВ В.В. ПЕРСОНАЛІЗОВАНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ ІНДУСТРІЇ 5.0**

**ПОСИЛКІНА О.В., ЛІСНА А.Г. ВИКЛИКИ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ЛОГІСТИКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

**ПУХАЛЬСЬКИЙ В.В., ЯРОЩУК В.О. ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ФІНАНСОВУ ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: НОВІ ГОРИЗОНТИ АНАЛІЗУ І АВТОМАТИЗАЦІЇ**

**РАЙКО Д.В., ПАЙМАШ А.В., КРОЛПЕЦЬ І.В. АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

**РЕШЕТНІКОВА І.Л., ЛІЄСКОВСКА В. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ЛОГІСТИЧНОГО ЛАНЦЮГА В СИСТЕМІ ЗБОРУ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ**

**РИКОВАНОВА І.С., ЖОЛОбОВИЧ М.І. АДАПТИВНІ ПРАКТИКИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ЕЛЕКТРООБЛАДНАННЯ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА ТУРБУЛЕНТНОСТІ**

**РОМАТ Є.В. ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЛІ МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

**РОССОХА В.В. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗРУШЕННЯ В МАРКЕТИНГУ В2В «ІНДУСТРІЇ 5.0»**

**РУДА М. ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В МІЖНАРОДНИХ ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК У СИСТЕМІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**САВЕЛЬЄВА І.В., АНТИПОВ С.Д. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ**

**САВЧЕНКО Ю.Т. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ І ЦІНИ ПОСЛУГ В КОМПЛЕКСІ МАРКЕТИНГУ АУДИТОРСЬКОЇ ФІРМИ**

**САГАН Х.Б. САГАН В.Р. СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ СУЧАСНОГО ЗАСТОСУВАННЯ**

**САК Т.В. РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ АНАЛІТИКИ В ІНДУСТРІЇ 5.0**

**САЛАМАХА П.І. ПОТЕНЦІАЛ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**СЕДЛЯР Д.О., СЕДЛЯР М.О. ВПЛИВ БРЕНДУ НА ЕМОЦІЇ ТА ПОЧУТТЯ ЛЮДЕЙ**

**СЕНЬКІВ А.Т. ПРО СТАН ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**СЕРБІН В.І. ЗАГРОЗИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**СИТНИК Й.С. ГЛОБАЛІЗАЦІЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН ТА НАЦІОНАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ**

**СІЛАНТЬЄВ І.Ю. ВИДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ РИЗИКАМИ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**СКОТАРЕНКО М.Д. LOVEMARKS: ЯК БРЕНДАМ ЗАВОЮВАТИ ЛЮБОВ КЛІЄНТІВ СЬОГОДНІ**

**СЛОКВА М.Г., ВАСЬКУН О.М. АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ДО ВИКЛИКІВ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**СОРОКА Я.Р., СТАСЦЬКИЙ І.А., ХИЛЮК В.В. ЗМІНА СПОЖИВЧИХ ПРІОРИТЕТІВ З ПОЧАТКУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ**

**СТАМАТ В.М., ПІСТРУЙ А.С. РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**СТАНКЕВИЧ М.В. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

**СТАРОСТИНА А.О., КРАВЧЕНКО В.А. ВПЛИВ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ НА КУПВЛЮ УКРАЇНСЬКИМ СТУДЕНТСТВОМ РЕФЕЙШЕН-ТОВАРІВ ГРУПИ «ОДЯГ, ВЗУТТЯ ТА АКСЕСУАРИ»**

**СТЕЦЬ С. КЛЮЧОВІ ЧИННИКИ УСПІХУ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

**СТОЙКО М. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ**

**СТРЕЛЬЧЕНКО І.І., ГАМЗАГ О.В. ПОТРЕБА В ЦИФРОВІЗАЦІЇ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

**СУФЕЛЯК М.І., ВИННИЧУК Р.О. ВИКОРИСТАННЯ ПРИНЦИПІВ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ У ПОБУДОВІ ЕФЕКТИВНИХ ПРОГРАМ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ**

**ТВАРДОВСЬКИЙ Ю.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ ДО ГЛОБАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**TEREBUKH A., LUSHCHUK M. SMART-TOURISM AS A NEW HYPOSTASIS OF TOURISM IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL ECONOMY**

**ТЕСАК О.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ: ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК**

**ТЕТЕРІН О.А., ГУНЬКА Б.В., ПРОЦАК К.В. ІНДУСТРІЯ 5.0.: ЗМІНА ПАРАДИГМИ В КОМУНАЛЬНОМУ СЕКТОРІ**

**ТОЛЧАНОВА З.О. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ**

**ТРІФОНОВА Ю.І., ДОНЕЦЬ Д.М. ЛОГІСТИКА В УМОВАХ ВІЙНИ**

**ТРІФОНОВА Ю.І., ОПРИСКО Я.Р. ПРОМОЦІЯ СВДОМОГО СПОЖИВАННЯ: ПОШИРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАКТИК**

**ТРУНІНА І.М., БОСОВСЬКА М.В., МОРОЗ О.В. ТРАНСФОРМАЦІЇ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ**

**ТРУШКІНА Н., ПАТЛАЧУК Т. УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМВІДНОСИНАМИ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ У СИСТЕМІ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА**

**ФЕДОРЧЕНКО А.В. ЕКОСИСТЕМНА ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ НА ЗАСАДАХ БЕНЧМАРКІНГУ**

**ФІГУН Н.В., ДАЛИБОЖИК А.М. АІ ТА ЙОГО РОЛЬ У АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**ФІЛІППШИНА Л.М., КОВЕРНИЙ О.С. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ПЕРІОД ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ**

**ФІЛІППШИНА Л.М., ТАРАСІОК В.В. ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА, ЯК ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ**

**ФУКС К.В. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ ЦИФРОВИХ ПРОДУКТІВ**

**ХАРЧЕНКО Б.С., КАНІЩЕНКО О.Л. ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ НА НІШЕВИХ РИНКАХ**

**ХИМИЧ В. В., БЛОКОНЬ Т. М. ВИКОРИСТАННЯ БЛОКЧЕЙН В СКЛАДСЬКІЙ ЛОГІСТИЦІ**

**ХИМИЧ І.Г. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ РЕЛОКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ КРАЇНИ**

**ХІМІЧ С.В., БРЮХОВЕЦЬКА І.О., КРИШТАЛЬ Г.О. ВПЛИВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ЦИФРОВУ ТРАНСФОРМАЦІЮ ЕКОНОМІКИ**

**ХОТЮН Н.В. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

**ЧЕБАНОВА О.П., ВОЛОХОВ В.А. МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**ЧЕБОТАРЬОВ В.А., БОРИСЕНКО В.В. ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПОКОЛІНЬ: МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ**

**ЧЕБОТАРЬОВА Н.М., ТУМПАКОВ О.В. ПІДПРИЄМНИЦТВО І ЛОГІСТИКА: СТРАТЕГІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ**

**ЧЕРНИШЕНКО О.І. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА ЛОГІСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**ЧЕРНИШОВА Т., ОБЧАРЕНКО Ю. КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МОЛОДОГО СПЕЦІАЛІСТА**

**ЧЕРНІХОВА О.С. ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ НА МІСЬКОМУ РІВНІ**

**CHERNIAVSKYI V. SYSTEM OF SUPPLY LOGISTICS ORGANIZATION FOR THE REMEDIATION OF WAR-AFFECTED TERRITORIES**

**ЧМЕРУК Т.Ю. СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ПОТУЖНОСТЯМИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

**ЧУПРИНА Н.М., КУЗНЕЦОВА Н.Г. СУЧАСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В УМОВАХ ВОЄННИХ ДІЙ**

**ЧУПРИНА Н.М., КУЧКОВА О.В., ДОЦЕНКО Г.Є., ЖУРАВЕЛЬ В.В. ГРОМАДЯНСЬКА МЕДІАДИПЛОМАТІЯ В РЕАЛІЯХ СУЧАСНОСТІ**

**ШАРКО В.В., ГАВЕНКО М.С. D2C-МОДЕЛЬ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ**

**ШАТАРСЬКИЙ А. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ СУБ'ЄКТІВ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**ШАТЕЄВ О.В. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖІ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД ЧАСУ**

**ШКОЛЕНКО О., МАТВІЙЧУК Ю. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ: НА ШЛЯХУ ДО ЗМІНИ РИНКОВОЇ ПАРАДИГМИ**

**ШКОЛЕНКО О.Б., ЦХАДАДЗЕ Д.С. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ**

**ШКУРЕНКО О.В., КРАВЧЕНКО О.О., ЛЕВЧЕНКО Д.Р. ВПЛИВ ІНДУСТРІЇ 5.0 НА РОЗВИТОК МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ТЕРМІНАЛІВ**

**ЩЕБЕТОВА А.О., ПЕРЕРВА П.Г. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

**ЩЕРБИНА В.В., МАНТУЛЕНКО К.С. ЛОГІСТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ПОРТОВОГО БІЗНЕСУ**

**ЩЕРБИНА В.В., ФОМІН С.А. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

**ЯКИМИШИН Л.Я., СЕМЕНЮК С.Б. ОПТИМІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК В ДИСТРИБУЦІЇ ВЕЛИКОГАБАРИТНИХ ТОВАРІВ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ**

**YAN LE ENHANCING A COMPANY'S INVESTMENT ATTRACTIVENESS THROUGH INTEGRATED MARKETING AND LOGISTICS SOLUTIONS**

**ГЕЛЕЙ Ю.-О.І. КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД У МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ СМАРТФОНІВ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УСПІШНОЇ СТРАТЕГІЇ**

**КАСЯН С., ШАПОВАЛ Д. ІНТЕРНЕТ-ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ ТА ЛОГІСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КОМПАНІЇ ЗГІДНО З ЦІЛЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**KASIAN S., SHEBANOV O. CHOCOLATE FACTORY "MILLENNIUM" INTERNATIONAL MARKETING ACTIVITY: INTERNET COMMUNICATION**

**ГЛИНСЬКИЙ Н.Ю., МАЛЯР Р.В., КОЗАР Т.В. ІНКЛЮЗИВНІСТЬ У МАРКЕТИНГОВОМУ УПРАВЛІННІ МІСЦЕВИМ РОЗВИТКОМ**

**КАСЯН С., ШЕВЧЕНКО В. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ НА РИНКУ ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ: ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ**

**СЛОБОДЗЯНИК Р.В., ЧОРНОПИСЬКА Н.В. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ: БЕЗПЕКА ТЕХНОЛОГІЙ АБО ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗПЕКИ**

**КОБИЛЮХ О.Я., ГРНА О.Б., ПАВЛИШИН І. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ АВТОМОБІЛЬНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ  
ШАНДРІВСЬКА О.Є., ЛОЗИНСЬКИЙ П.Т. ТРАНСФОРМАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ БІОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЦІЛЬОВИХ РИНКАХ ЗБУТУ ПІД ЧАС ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ "КОМПАНІЯ ЕНЗИМ")**

**КУЗЯК В.В., ЗАТОРСЬКИЙ Д.Б. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ГІБРИДНОЇ БЛОКЧЕЙН-СИСТЕМИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ**

**ХОВАНСЦ Х., ГРНА О.Б., ІВАНИЦЬКИЙ Р.Я. ПЕРСПЕКТИВИ АУТСОРСИНГУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

**КУЗЯК В.В., ПРУДІУС А.І. ЦІННОСТІ УКРАЇНСЬКИХ СПОЖИВАЧІВ: ВПЛИВ ВІЙНИ НА СПОЖИВЧУ ПОВЕДІНКУ ДО, ПІД ЧАС ТА ПІСЛЯ КОНФЛІКТУ**

## ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

### Засновник та ідейний натхненник:

Крикавський Є.В. - д.е.н., професор

### Почесні голови комітету:

- Бобало Ю.Я. - ректор Національного університету "Львівська політехніка", д.т.н., професор
- Кубів С.І. - народний депутат України, экс перший віце-прем'єр-міністр України - міністр економічного розвитку і торгівлі України, к.е.н., доцент (за згодою)
- Бінда Я. - ректор Вищої школи фінансів і права, доктор габ., інженер (м. Бельсько-Бяла, Польща) (за згодою)

### Співголови комітету:

- Кузьмін О.Є. - професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету "Львівська політехніка", д.е.н., професор
- Кравців В.С. - директор Інституту регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України, д.е.н., професор (за згодою)
- Глинський Н.Ю. - в.о. завідувача кафедри маркетингу і логістики Національного університету "Львівська політехніка", д.е.н., доцент

### Члени комітету:

- Александрівчюте Б. - директор OCCRESCO, університет Миколи Ромеріса, (м. Вільнюс, Литва), професор, доктор габ. (за згодою)
- Бальцежак А. - професор кафедри економіки Університету Миколая Коперника (м. Торунь, Польща), Ph.D. (за згодою)
- Бочко О.Ю. - професор кафедри маркетингу і логістики Національного університету "Львівська політехніка", д.е.н., професор
- Влодаркевич-Клімек Г. - декан факультету інженерії управління Познанської політехніки, (м. Познань, Польща), доктор габ. (за згодою)
- Похопень Й. - декан Вищої школи фінансів і права, доктор наук (м. Бельсько-Бяла, Польща) (за згодою)
- Віктор Я. - завідувач кафедри маркетингу Економічного університету (м. Краків, Польща), доктор габ., професор (за згодою)
- Вірвіляйте Р. - професор кафедри маркетингу Каунаського технологічного університету (м. Каунас, Литва), доктор габ., професор (за згодою)
- Гайдук А.Б. - професор Факультету Міжнародного бізнесу Хельбронського університету (м. Хельбронн, Німеччина), доктор наук, професор (за згодою)
- Гасанов Г. - заступник директора підприємства "INTERENERGO" (м. Баку, Азербайджан), Ph.D. (за згодою)

- Гадась Л. - директор Інституту Логістики Познанської політехніки, (м. Познань, Польща), доктор габ., професор, інж. (за згодою)
- Григорак М.Ю. - професор кафедри менеджменту підприємств КПІ ім. Ігоря Сікорського, д.е.н., професор, м. Київ (за згодою)
- Дадьо Я. - професор кафедри менеджменту і маркетингу Університету ім. Матея Бела (м. Банська Бистриця, Словацька Республіка), доктор наук, професор (за згодою)
- Дейнега О.В. - проректор з наукової роботи Рівненського державного гуманітарного університету, д.е.н., доцент (за згодою)
- Їлдірим О. - професор Університету "Medipol", (м. Стамбул, Туреччина) (за згодою)
- Коліньські А. - ректор Познанської Школи Логістики, Ph.D., Dr. of Economics (м. Познань, Польща) (за згодою)
- Ковальська Л.Л. - декан факультету бізнесу та права Луцького національного технічного університету (м. Луцьк, Україна), д.е.н., професор (за згодою)
- Ковальчук С.В. - завідувач кафедри маркетингу та менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (м. Хмельницький, Україна), д.е.н., професор (за згодою)
- Лилик І.В. - генеральний директор Української асоціації маркетингу, к.е.н., доцент (м. Київ, Україна) (за згодою)
- Ліповські М. - завідувач кафедри маркетингу Університету Марії Кюрі-Склодовської (м. Люблін, Польща), доктор габ., (за згодою)
- Лі Л. - професор, доктор-інженер, Вища технічна школа Оствестфален-Ліппе, Університет прикладних наук і мистецтв (м. Лемго, Німеччина) (за згодою)
- Люльчак З.С. - директор Комунальної реабілітаційної установи "Львівський міський центр реабілітації "Джерело"", доцент кафедри маркетингу і логістики Національного університету "Львівська політехніка", д.е.н., доцент
- Малага З. - професор Інституту Організації і Управління Вроцлавської Політехніки (м. Вроцлав, Польща), доктор габ., професор, інженер (за згодою)
- Мних О.Б. - професор кафедри маркетингу і логістики Національного університету "Львівська політехніка", д.е.н., професор
- Мороз Л.А. - голова Львівської обласної організації УАМ, доцент кафедри маркетингу і логістики Національного університету "Львівська політехніка", к.е.н., доцент
- Окландер М.А. - завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету, д.е.н., професор (за згодою);
- Павлишин І. - професор кафедри логістики Познанської Політехніки, доктор наук (м. Познань, Польща) (за згодою)
- Петецькі І. - президент, власник "Група Петецькі", доктор наук, (м. Лодзь, Польща) (за згодою)

- Посилкіна О.В. - завідувач кафедри економіки підприємства Національного фармацевтичного університету, д.е.н., професор (за згодою)
- Прокопенко О.В. - професор Таллінського технологічного університету (м. Таллінн, Естонія), д.е.н., професор (за згодою)
- Решетнікова І.Л. - професор кафедри маркетингу Економічного університету (м. Краків, Польща), д.е.н., професор (за згодою)
- Ромат С.В. - професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського національного університету ім. Т. Шевченка, д. наук держ. управління, професор (за згодою)
- Савіна Н.Б. - проректор Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне), д.е.н., професор (за згодою)
- Дейнега І.О. - завідувач кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету, д.е.н., професор (за згодою)
- Солнцев С.О. - завідувач кафедри промислового маркетингу НТУ КПІ, д.ф.-м.н., професор, м. Київ (за згодою)
- Сохацька О.М. - завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Тернопільського національного економічного університету, (м. Тернопіль), д.е.н., професор, дійсний член Академії економічних наук України (за згодою)
- Старостіна А.О. - професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, д.е.н., професор (за згодою)
- Федорченко А.В. - завідувач кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, доктор економічних наук, професор (за згодою)
- Гжибовська К. - професор кафедри управління виробництвом і логістики Познанської політехніки (м. Познань, Польща), доктор габ. (за згодою)
- Хованец Х. - ад'юнкт Академії Технічно-гуманітарної (м. Бельсько-Бяла, Польща), доктор наук, доцент (за згодою)
- Чубала А. - професор кафедри менеджменту Вищої школи бізнесу (м. Домброва Гурніча, Польща), доктор габ., професор (за згодою)
- Чухрай Н.І. - проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків Національного університету "Львівська політехніка", д.е.н., професор
- Шафалюк О.К. - декан факультету маркетингу Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, д.е.н., професор (за згодою)
- Шохійон Н.Н. - ректор Технологічного університету Таджикистану (м. Душанбе, Республіка Таджикистан), к.т.н., д.пед.н., професор (за згодою)
- Яблінські Й. - професор Вищої школи Ostwestfalen-Lippe Університету прикладних наук (м. Лемго, ФРН), доктор наук (за згодою)



Якимишин Л.Я.

- професор кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, д.е.н., доцент (за згодою)

Янковська Л.А.

- ректор Львівського університету бізнесу та права, д.е.н., професор (за згодою)

### **Кафедра маркетингу і логістики (МЛ)**

Національного університету “Львівська політехніка”

(IV навчальний корп., к. 415), вул. Ст. Бандери 12,

м. Львів, 79013

роб. тел. **(032) 258 26 25**, тел./факс **(032) 258 25 10**

E-mail: **conference.ml.nulp@gmail.com**

Web: **<https://science.lpnu.ua/conferences>**