

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ



ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

ЕКОНОМІЧНОГО НАУКОВО-ПРАКТИЧНОГО ФОРУМУ

ПІДПРИЄМНИЦТВО І МАРКЕТИНГ
У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ЗА
УМОВ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

VII Міжнародна науково-практична конференція
«ІНСТРУМЕНТИ РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ
ВИКЛИКІВ»

XXI Міжнародна науково-практична конференція
«ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ В РИНКОВИХ УМОВАХ»

XVII Міжнародна науково-практична конференція
«МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ»

1-3 грудня 2022 року
м. Хмельницький

Міністерство освіти і науки України
Хмельницький національний університет
Академія економічних наук України
Спілка економістів України
Хмельницька торгово-промислова палата
Технологічно-Природничий університет, м. Бидгош, Польща
Європейський Науковий фонд Інституту Інновацій, м. Вроцлавек, Польща
Університет Миколаса Ромериса, м. Вільнюс, Литва
Тбіліський державний університет імені І. Джавахішвілі, м. Тбілісі, Грузія
Сухумський державний університет, м. Тбілісі, Грузія
Національний університет «Львівська політехніка»
Національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків
Запорізький національний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Донецький національний університет, м. Вінниця
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»
Львівський торговельно-економічний університет
Херсонський національний технічний університет
Центральноукраїнський національний технічний університет

Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів

Тези доповідей
Економічного науково-практичного форуму
1–3 грудня 2022 року

Хмельницький

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Хмельницького національного університету,
протокол № 5 від 29.11.2022 року*

Опубліковано тези доповідей Економічного науково-практичного форуму (1–3 груд. 2022 р., м. Хмельницький).

Розглянуті теоретичні аспекти розвитку національної економіки та концептуальні засади забезпечення національної безпеки за умов поглиблення процесів діджиталізації та євроінтеграції національної економіки. Проаналізовано проблемні аспекти та сучасні тенденції розвитку підприємництва, торгівлі, сфери гостинності та маркетингу. Акцентовано увагу на стратегізації управління підприємницьким потенціалом та стратегічній парадигмі інноваційного маркетингу.

Матеріали подані в авторській редакції.

Редакційна колегія:

Гончар О. І., д-р екон. наук, проф. ;
Любохинець Л. С., д-р екон. наук, доц. ;
Тельнов А. С., д-р екон. наук, проф.

ПЗ2 **Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів** : тези доповідей Економічного науково-практичного форуму (1–3 груд. 2022 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ХНУ, 2022. – 406 с. (англ., укр., пол.).

Розглянуто застосування концептуальних засад забезпечення національної безпеки за умов поглиблення процесів діджиталізації та євроінтеграції національної економіки. Проаналізовані актуальні проблеми застосування теорії і практики маркетингу, підприємництва та торгівлі у різних сферах господарювання в умовах воєнного часу.

Для фахівців з маркетингу, економічної безпеки, комерційної, торговельної і підприємницької діяльності, викладачів, аспірантів та студентів економічних спеціальностей ЗВО.

УДК 339.138:339.9]:338(477)

© Автори доповідей, 2022

© ХНУ, оригінал-макет, 2022

ПЕРЕДМОВА

Вельмишановні учасники Економічного науково-практичного форуму!

З нагоди 60-річниці від дня створення Хмельницького національного університету кафедрою економічної теорії, підприємництва та торгівлі факультету управління, адміністрування та туризму та кафедрою маркетингу факультету економіки і управління було організовано та проведено Економічний науково-практичний форум «Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів».

Робота Економічного науково-практичного форуму проводилась за такими тематичними напрямками:

1. Теоретичні аспекти розвитку національної економіки та концептуальні засади забезпечення національної безпеки за умов поглиблення процесів діджиталізації та євроінтеграції національної економіки.
2. Підприємництво та торгівля: проблемні аспекти та сучасні тенденції розвитку. Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності.
3. Бізнес-моделі підприємництва та економіко-математичне моделювання в умовах цифровізації.
4. Стратегізація управління підприємницьким потенціалом: євроінтеграційний вектор.
5. Актуальні проблеми застосування теорії і практики маркетингу у різних сферах господарювання в умовах воєнного часу.
6. Стратегічна парадигма інноваційного маркетингу.

Повномасштабне вторгнення росії завдало потужного удару економіці України, унеможливило діяльність суб'єктів господарювання, особливо на окупованих територіях. Складні реалії сьогодення, нові виклики та загрози вимагають нових, нестандартних, ефективних підходів та методів для їх протидії та нейтралізації. Тому, проведення економічного науково-практичного форуму є одним із інструментів мобілізації зусиль вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів задля

вироблення найбільш дієвих і адекватних заходів з розроблення рекомендацій щодо відновлення економіки в умовах військового стану та повоєнного часу.

Вважаємо, що проведення Економічного науково-практичного форуму є значущою подією для багатьох науковців, адже проблеми, які зазначено в напрямках роботи конференцій, є актуальними та нагальними в сьогоднішніх умовах.

Дякуємо за співпрацю усім авторам наукових праць, які, в такий непростий для усіх нас час, долучилися до участі та бажаємо подальших творчих успіхів на науковій ниві незалежної та вільної України.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Інвестиційна привабливість регіонів, виступаючи основним індикатором, що формує інвестиційний клімат країни, визначає умови для реалізації інвестиційної політики та виступає якісним показником реалізації інвестиційної політики на сучасному етапі. Проблема інвестицій у нашій країні актуальна, проте в той же час страх втратити вкладені кошти зупиняє інвесторів. Український ринок – один із самих привабливих для іноземних інвесторів, проте він також і один з найбільш непередбачуваних, враховуючи воєнний стан і післявоєнний час.

Інвестиційний потенціал, на думку С. М. Сілюкова, є сукупністю коштів населення, підприємств, держави та нерезидентів, які потенційно можуть бути використані для здійснення інвестиційної діяльності [1].

Як наголошує О. С. Білоусова, інвестиційний потенціал має ґрунтуватися на положеннях витратного підходу, згідно з яким інвестиційний потенціал слід оцінювати як здатність до фінансового забезпечення висхідного інвестиційного тренду шляхом нагромадження основного капіталу та збільшення дохідності й прибутковості від його генерування у поточному та середньостроковому періодах [2, с. 61].

С. Кваша та Н. Патики [3], зазначають, що у процесі управління інвестиційним кліматом рішення приймаються на основі аналізу інвестиційної привабливості та реалізації потенційних можливостей у вигляді інвестиційної активності.

Ряд авторів [4] наголошують, що інвестиційну привабливість слід розглядати через сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування національної економіки на макро-, мезо- і мікрорівнях.

У. Нечитайло трактує поняття інвестиційний потенціал, як здатність досягти бажаного результату через реалізацію та управління інвестиційними можливостями, що містяться в інвестиційних ресурсах, що в свою чергу створює сприятливий інвестиційний клімат, який забезпечує інвестиційну привабливість регіонів і держави зокрема [5].

На нашу думку, інвестиційна привабливість це одна із найважливіших сфер економічного розвитку країни як в економічному сегменті так і у політичному, тому:

– інвестиції – це кошти, інвестовані в економіку, в економічні можливості та проекти, спрямовані на забезпечення виробництва економічними ресурсами в майбутньому;

– інвестиції – з точки зору країни в цілому – інвестуючи у створення нового або компенсації за зношений виробничий, людський чи природний капітал;

Оцінка інвестиційної привабливості держави – складний процес, що вимагає врахування великої кількості факторів:

– воєнні ризики, які необхідно мінімізувати, що гарантує безпеку вкладеним інвестиціям у воєнний та післявоєнний час;

– державні інститути є слабкими, у свою чергу це призводить до підвищення корупційних ризиків, недостатнього захисту прав інвесторів, порушення принципів ринкової конкуренції;

– нерозвиненість внутрішнього ринку, знижує зацікавленість інвесторів розвивати бізнес;

– банківська система країни недостатньо ефективно використовується, що призводить до недосконалого забезпечення фінансової підтримки реального сектору.

– нерозвиненість вітчизняного фондового ринку для реалізації інвестиційних проектів бізнесу, що є основним джерелом залучення коштів їх реалізації.

Ю. Свириденко наголошує, що інвестиції потрібні, щоб відновитися та дати старт потужному зростанню, а для стрибка їхній обсяг має складати 35 % ВВП щонайменше впродовж 5 років поспіль. План реконструкції, розроблений Нацрадою з відновлення, вимагатиме \$750 млрд інвестицій протягом наступних 10 років, з них \$60–65 млрд необхідно залучити вже цього року. Звичайно, рішення про великі інвестиції потребує часу та оцінки ризиків. Потенційний інвестор має провести due diligence, що триває не менше пів року. Тому розпочинати варто вже зараз. Україна є країною величезних можливостей і найбільше переваг отримає той, хто прийде першим [6].

Інвесторів цікавлять сектори, продукція яких може бути конкурентною на світових ринках де створюється висока додана вартість, до них належать: оборонно-промисловий комплекс; металургійний та енергетичний комплекси; природні ресурси; агропромисловий комплекс; логістика та інфраструктура; промислове виробництво; деревообробна промисловість та меблеве виробництво; фармацевтика; інноваційні технології.

Зацікавленість таких країн, як Німеччина, США, Польща, Туреччина, Великобританія, відбувається у напрямі інноваційних технологій, сільського господарства, фінансового сектору, логістики, енергетики, корисних копалин та оборонної промисловості, що приведе до економічного розвитку країни, отже, чим більше буде країн та компаній, які зможуть працювати в Україні, то швидше відновиться довоєнний рівень добробуту і почнеться перехід країни до стабільного зростання.

Слід зазначити, що життєздатність і процвітання будь-якої країни значною мірою залежить від раціональної інвестиційної політики. Ця політика витратна та ризикована за визначенням. Неможливо передбачити всі обставини, які дуже важливі для розвитку економіки як в середині країни, так і на світовому рівні: достаток завтрашнього дня створюється сучасними інвестиціями.

Література

1. Сілюкова С. М. Розвиток інвестиційного потенціалу регіону як об'єкт державного регулювання. *Публічне управління: теорія та практика*. 2013. Вип. 1. С. 140–146. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pubupgr/2013_1_25.
2. Білоусова О. С. Інвестиційний потенціал економіки України та ЄС. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2017. № 1–2. С. 60–67. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhastat_2017_1-2_10.
3. Кваша С., Патика Н. Напрями і проблеми інтеграції України у світовий економічний простір. *Економіка України*. 2009. № 9. С. 77–81.
4. Управління інвестиціями на підприємстві / Козаченко Г. В., Антіпов О. М., Ляшенко О. М., Дібніс Г. І. Київ : Лібра, 2007. 368 с.
5. Нечитайло У. П. Інвестиційний потенціал та економічний клімат: особливості формування та співвідношення. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/5222/1>.
6. Свириденко Ю. Країна можливостей: чому інвестор прийде в Україну. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/29/691997/>.

О. І. КУЗЬМАК

Луцький національний технічний університет

CRM ТА БІЗНЕС: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ, УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

Забезпечення конкурентних позицій на ринку та сталий розвиток підприємств в умовах глобалізації, невизначеності розвитку економічних відносин спричинених пандемією, а також частою ірраціональною поведінкою споживачів є ключовим завданням власників сучасного бізнесу.

Визнано, що світова економіка стала більш інтегрованою завдяки процесу глобалізації [1]. Реддінг визначає, що глобалізація може інтерпретувати інтеграцію ринку товарів і послуг, інтеграцію ринку капіталу, культурний обмін, міграційну політику та різні поєднання цих елементів [2]. Глобалізація через посилену лібералізацію торгівлі та розвиток новітніх технологій призвела до різкого збільшення тор-

ЗМІСТ

Передмова	3
Dikhaminjia Irma Change Management Methods in Post-Pandemic Organizations	5
Janowski A. M. Intelektualizacja zarządzania nowoczesnymi strukturami biznesowymi	7
Андрійчук Ю. О., Остапчук О. В. Розвиток маркетингової стратегії	10
Богацька Н. М. Планування інноваційного розвитку соціально-економічної сфери в Україні	13
Бойчук І. В., Тарба О. С. Специфіка промислового маркетингу в умовах воєнного часу	16
Бондаренко Д. М., Бойко Р. В. Сучасні тенденції маркетингового управління	19
Босак В. О., Бушовська Л. Б. Внутрішній маркетинг як чинник кадрової безпеки підприємства	22
Буньо Д. Р., Андрушкевич З. М. Інновації і маркетинг: баланс двох основних елементів бізнесу	24
Бушовська Л. Б., Velings M. Поняття та ознаки рейдерства в сучасному економічному просторі	27
Ванат В. А., Тельнов А. С. Інноваційні методи розвитку HR-маркетингу	29
Вербовська Л. С., Шевченко О. О. Дослідження факторів формування конкурентоспроможного закладу вищої освіти	32
Гавловська Н. І., Рудніченко Є. М., Рудніченко М. М. Особливості стандартизації в управлінні проектами	36
Гарбар В. А. Соціальні комунікації як засіб забезпечення соціально-економічної безпеки країни	38

Гарват О. А. Оцінка результатів підприємницької діяльності в Україні	41
Годлевська В. О., Сачинська Л. В. Класифікація видів ефективності та способи їх застосування	43
Голубовська О. А. Вивчення структури аудиторій соціальних мереж в Україні для ефективного управління онлайн-продажами	46
Декальчук А. В., Андрушкевич З. М. Маркетингові інструменти просування підприємства в Інтернет-мережі	51
Дражниця С. А., Даріуш С. В. Методичні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємств автосервісу	54
Ємець І. П., Бушовська Л. Б. Характеристика загроз кадрової безпеки	56
Звадський В. О., Закрижевська І. В. Комунікації, їх сутність, характеристика та роль у системі маркетингу підприємства	59
Закржевський О. І., Решміділова С. Л. Сучасний стан та тенденції розвитку солодової галузі промисловості України	61
Запухляк І. Б., Красняк О. С. Релокація бізнесу: причини та вплив на розвиток регіону	66
Звада Л. В., Бойко Р. В. Особливості маркетингової діяльності торговельного підприємства	70
Канцір І. А., Турчин Ю. П. Концептуальні виклики економічної безпеці підприємств будівельної галузі	73
Караульна І. В., Закрижевська І. В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності Польщі та України в час війни	76
Карвацка Н. С., Струк Р. В. Аналіз теоретичних підходів до управління розвитком підприємств	78
Карпенко В. Л. Формування парадигми локального інтеграційного розвитку корпоративних структур	81

Качур С. М., Демчук С. В., Олексин І. І. Окремі аспекти цифрової трансформації національної економіки	84
Ковалець Д. В., Вальков О. Б., Забурмеха Є. М. Роль соціальних мереж у формуванні комунікативної взаємодії	88
Кодочигов Д. О. Дослідження впровадження CALS-технологій при управлінні навчальною та науковою роботою технічного університету	90
Костинюк С. О., Карпенко В. Л. Визначення предмета комунікації як основи планування кампаній зі стимулювання збуту	93
Красняк О. П. Сучасні тенденції реалізації інвестиційного потенціалу України	98
Кузьмак О. І. CRM та бізнес: світові тенденції, українські реалії	100
Куцик В. І., Кліпкова О. І. Ризики при укладанні зовнішньоторговельного контракту при управлінні ЗЕД підприємства	105
Ларіонова К. Л., Танасієнко В. П. Особливості діяльності АТ «Державний ощадний банк України» в умовах війни	108
Лісовський І. В. Гарантія як спосіб сплати митних платежів в Україні	109
Лупак Р. Л., Сарафин С. А. Характеристика організації та підвищення ефективності інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств	113
Лупак Р. Л., Швидкий О. С. Цивілістичні проблеми інформаційної безпеки в середовищі наростання пандемій	115
Любохинець Л. С. Інструменти гнучкого управління в системі забезпечення економічної безпеки підприємств	118
Маслак О. І., Гришко Н. Є., Яковенко Я. Ю. Тенденції інноваційного управління поведінням з ТПВ в умовах інтеграції у міжнародний економічний простір	122

Матвій В. В.

Оцінка рівня якості медичних послуг
за гендерними особливостями населення: маркетинговий аспект 125

Мейш А. В., Бочуля А. В.

Значення промислового маркетингу
в різних сферах економіки у сучасних умовах господарства 126

Мейш А. В., Мороз С. В.

Соціальна відповідальність як основний критерій реалізаційних засад
соціалізації підприємництва в сільській місцевості 130

Мейш А. В., Ядуха С. Й.

Чинники впливу на формування інформації
про логістичні витрати (затрати)
торговельних підприємств у розрізі видів обліку 133

Мельничук В. М., Валькова О. О., Забурмеха Є. М.

Особливості використання контекстної реклами у банківській сфері 136

Решміділова С. Л., Миролюк О. О.

Застосування інструментів маркетингу у ресторанному бізнесі 138

Михальчишин Н. Л.

Особливості конкурентної взаємодії в цифровій економіці 141

Н. Г. Міценко

Економічна діагностика в управлінні
зовнішньоекономічною діяльністю підприємства сфери послуг 143

Міщук І. П., Лозовий Т. І.

Інновації в розвитку складського господарства
торговельних підприємств 147

Мороз С. В., Іжевський П. Г.

Особливості та тенденції венчурного підприємництва в Україні 149

Мороз С. В., Мейш А. В.

Сутність та тенденції малого підприємництва в Україні 152

Небелюк Н. М., Гарбузюк В. В., Гавловська Н. І.

Стратегічне управління розвитком закладів охорони здоров'я 155

Непиталюк А. В.

Соціально-демографічні аспекти забезпечення стійкого розвитку
національної економіки 157

Дражниця С. А., Новосад А. В. Систематизація конкурентних переваг підприємств роздрібно́ї торгівлі	160
Олейнікова Л. Г. Класифікаційні ознаки типів конкурентоспроможності в глобальній економіці	163
Олексин І. І., Качур С. М., Демчук С. В. До питання застосування технологій блокчейн у торговельних мережах	165
Омельчук І. В., Карпенко В. Л. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності на підприємстві	168
Осіпова Л. В. Експорт України в умовах війни: стан та можливі шляхи вирішення проблем у контексті євроінтеграції	171
Остапчук О. В., Гнатюк Л. Г. Оптимізація управлінських рішень у закладі охорони здоров'я	174
Павлюк Т. І. Розвиток соціальної сфери в умовах євроінтеграції	178
Парсяк В. Н. Інструментальна екіпіровка сучасних маркетологів	181
Перепьолкіна О. О. Макропруденційне регулювання в умовах воєнного стану	185
Петельчук Л. А., Закрижевська І. В. Аналіз тенденцій розвитку світового та вітчизняного автомобільного ринку	187
Петришин А. В., Закрижевська І. В. Міжнародна співпраця Канади та України	193
Поліщук І. І. GDPR та маркетингова стратегія в соціальних мережах	197
Поплавська О. В., П'ятак В. Банкрутство підприємств: світова практика та українська реальність	200
Проценко О. О., Лігоненко Л. О. Проблемні питання оцінки конкурентоспроможності підприємства	204
Пшеничний Д. А., Бойко Р. В. Мерчендайзинг як засіб підвищення ефективності дистрибуції	209

Решміділова С. Л., Омельчук Я. С. Оптимізація асортименту продовольчих товарів у системі маркетингового управління	212
Решміділова С. Л., Калужний Р. О. Удосконалення асортиментної політики агропідприємства	215
Решміділова С. Л., Романюк Ю. В. Невдалі кампейни у рекламі	218
Рєпіна І. М. Розвиток екосистеми академічного підприємництва	221
Родіонов С. І., Гервіц Л. І., Забурмеха Є. М. Використання соціальних мереж в умовах війни	224
Руда Т. В., Birk Martin Стан та перспективи розвитку логістичного сектору України в умовах війни	226
Руда Т. В., Муравська Л. І. «Сухий порт» як елемент удосконалення зовнішньоекономічної діяльності в умовах військового стану	228
Савчук П. О., Закрижевська І. В. Особливості застосування маркетингових комунікаційних стратегій	231
Сачинська Л. В., Заболотна С. О. Аналіз автомобільного ринку України на тлі війни	235
Синіговець О. М. Інноваційні стратегії в сучасному економічному розвитку держав	238
Скорик Г. І. Ефективність управління сталим розвитком територіальних громад	240
Слободянюк А. В., Андрушкевич З. М. Дослідження конкурентних переваг операторів ринку поштового зв'язку України	244
Солонінко М. В., Закрижевська І. В. Еволюція концепції стратегії підприємства	247
Стадник В. В., Каштальян О. В. Інституційні перешкоди вирішенню проблеми продовольчої безпеки України	250

Стратійчук В. М. Цифровізація як нова реальність України в умовах війни	254
Стрілець Д. Д., Андрушкевич З. М. Маркетингова діяльність підприємств в умовах інформаційного суспільства	257
Сугай О. В., Сугай В. В., Забурмеха Є. М. Роль агрохімічного сервісу в сучасному агробізнесі	260
Танасієнко Н. П. Проблеми забезпечення соціально-економічної безпеки України під час війни	263
Тарасюк О. В. Управління стратегічними змінами в організації в умовах сучасних глобалізаційних викликів	265
Тельнов А. С., Вікарчук О. І. Оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємництва	267
Тельнов А. С., Жигальський В. В. Сучасні тенденції розвитку інтернет-реклами	270
Тельнов А. С., Пилипчук В. В. Використання рекламних інструментів просування в Інтернет-мережі	274
Теплюк М. А., Туцька Т. І. Роль управління витратами на підприємстві в сучасних реаліях ведення бізнесу	277
Тюріна Н. М., Назарчук Т. В., Ярош Пьотр Економіка України в умовах невизначеності: стан та перспективи розвитку	280
Тюріна Н. М., Скубиш М. М. Управління розвитком аграрного підприємства	283
Тюріна Н. М., Терлецький Я. Л. Шляхи підвищення ефективності управління закладом охорони здоров'я	289
Федорович В. С., Бойко Р. В. Застосування комплексу маркетингу в діяльності підприємств	294
Хачатрян В. В. Портрет зовнішньої торгівлі України у воєнний час	297

Цикра Д. Л., Карпенко В. Л. Дослідження конкурентного середовища ринку побутової техніки та електроніки м. Хмельницький	299
Решміділова С. Л., Чабан І. В. Теоретичні підходи до визначення змісту просування продукції в Інтернет-мережі	303
Череп А. В., Осмаковська К. Ю. Енергоефективність як складова національної безпеки України	306
Череп О. Г., Колісник А. В. Етапи та оцінка ефективності процесу гуманізації персоналу агропромислових підприємств	308
Шалева О. І. Стимулювання імпульсних покупок в інтернет-магазинах	311
Шапран О. А. Електронна система охорони здоров'я в Україні: виклики, можливості, загрози	314
Шарко М. В., Любчук О. К. Забезпечення стійкості функціонування підприємств туристичної галузі в умовах динамічних змін зовнішнього середовища	318
Штука В. Я., Карпенко В. Л. Синергійний ефект як засіб оцінювання ефективності інтегрованих маркетингових комунікацій	322
Ядуха С. Й., Widmann Hannah Власна філософія як наріжний камінь транспортної компанії Top Logistik	325
Якимчук О. О., Йохна М. А. Особливості управління конфліктами у трудовому колективі в сучасних умовах	327
Яківченко А. М. Управління інноваційним маркетингом промислового підприємства	330
Івашків І. М., Стефанишин Л. С. Маркетинговий аналіз основних причин продажу насіння зернових сільськогосподарськими товаровиробниками	333
Чорна Д. А., Дращиця С. А., Ковальчук С. В. Діджитал-удосконалення комерційної діяльності підприємства на ринку автозапчастин	335

Гончар О. І., Грабченко В. В., Шемчук О. В. Формування товарної політики торговельних підприємств	339
Shomakhia I. V. Influence of Bullying on Personality Development	342
Болотнікова Х. С., Забурмеха Є. М. Діджитал-маркетинг у реаліях війни	346
Касько В. О., Гончар О. І. Антикризове управління підприємством в умовах війни	348
Рєпін К. С. Кваліметрія результативності екологічного підприємництва	352
Сухонос К. В., Гончар О. І. Інноваційна політика в діяльності торговельного підприємства	358
Грушецький Б. В. Правові механізми державного управління розвитком вищої освіти в Україні	361
Герман А. В. Іноваційне підприємництво та стартап в креативній економіці	363
Герман М. В. Управління фінансовими ресурсами підприємства та їх вплив на його фінансовий стан	366
Білик В. В., Гвоздь В. М. Еволюційний розвиток кадрового менеджменту	371
Горovenko O. Yu. Формування інформаційно-комунікаційної компетентності майбутніх фахівців	373
Дегтеренко А. Ю. Методи управління персоналом закладів вищої освіти	375
Кіряченко Я. С. Методи оцінки ефективності роботи персоналу	380
Кутова Т. В. Формування та розвиток інноваційної економіки	382
Малюк І. В. Особливості формування стратегії організації	384
Ткачук Д. А. Сутнісний зміст теорій мотивації праці	386

Андрушкевич З. М., Алейник П. А. Дослідження ринку косметики України	389
Андрушкевич З. М., Матвіюк Ю. В. Система управління взаємовідносинами із клієнтами у маркетинговій діяльності підприємства	393

Наукове видання

Підприємництво і маркетинг у формуванні національної безпеки за умов сучасних глобальних викликів

Тези доповідей
Економічного науково-практичного форуму
1–3 грудня 2022 року, м. Хмельницький

(англійською, українською, польською мовами)

Відповідальний за випуск: *Карпенко В. Л.*

Технічне редагування, коректування і верстка: *Чоленко О. В.*

Обкладинка: *Закрижевська І. В.*