

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**  
**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ**  
**РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ**  
**ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

**III Всеукраїнської науково-практичної конференції**  
**здобувачів вищої освіти та молодих науковців**

**СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**  
**БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

17 листопада 2023 року

Рівне

2023

Відповідальна за випуск д. е. н., професор Дейнега І. О.

*Рекомендовано до видання Вченою радою  
Рівненського державного гуманітарного університету,  
протокол № 12 від 05.12.23 р.*

**Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів:** III Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих науковців, 17 листопада 2023 р.: [тези доп.]. – Рівне: РДГУ, 2023. – 217 с.

Збірник містить тези доповідей результатів актуальних досліджень здобувачів вищої освіти та молодих науковців, що стосуються тенденцій розвитку бізнесу в умовах невизначеного середовища, а також пропозиції щодо їх врахування при управлінні діяльністю організацій.

Розраховано на здобувачів вищої освіти, науковців, викладачів закладів вищої освіти, фахівців із економіки, маркетингу та управління, підприємців, представників органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Матеріали подано у авторській редакції. За достовірність даних та унікальність поданого до друку матеріалу відповідальність несуть автори.

УДК 338.242.2

© Рівненський державний гуманітарний  
університет, 2023

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

**Голова оргкомітету** Постолювський Руслан Михайлович, проф., ректор РДГУ

**Заступники голови оргкомітету**

Крикавський Євген Васильович, д. е. н., проф., завідувач кафедри маркетингу і логістики НУ «Львівська політехніка»;

Дейнега Інна Олександрівна – д. е. н., проф., завідувач кафедри економіки та управління бізнесом

Лорві Ірина Федорівна – к. е. н., доц., завідувач кафедри маркетингу

Волошин В. С. – к. е. н., доц.;

Глинський Н. Ю. – д. е. н., проф.;

Дейнега О. В. – д. е. н., проф.;

Ковальчук С. В. – д. е. н., проф.;

Косар Н.С. – к. е. н., доц.;

Кратт О.А. – д. е. н., проф.;

Кузьмак О. І. – д. е. н., проф.;

Лихолат С. М. – к. е. н., доц.;

Паламарчук О. С. – к. е. н., доц.;

Пелех О. Б. – д. е. н., проф.;

Пляшко О. С. – к. е. н., доц.;

Попко О. В. – д. е. н., проф.;

Сачук Р.М. – д. вет. н., проф.;

Хомич С. В. – к. е. н., доц.;

Шинкаренко Н. В. – к. е. н., доц.;

Юськів Б. М. – д. політ. н., проф.;

Юхименко - Назарук І. А. – д. е. н., проф.;

Якубовська Н. В. – к. е. н., доц.;

Жифарський Д. – здобувач вищої освіти;

Кибукевич С. – здобувач вищої освіти;

Якубовська В. – здобувач вищої освіти.

157.

2. Мацієвський, В. Ціноутворення в інтернет-маркетингу: теорія та практика. Інформаційні технології в освіті, науці та промисловості, (1), 2018. С. 81-86.

3. Одарченко, В. Ціноутворення в цифровому маркетингу: тенденції та виклики. Економічні науки. Серія «Економічна стратегія та конкурентоспроможність», (2), 2017. С. 118-122.

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ З НАДАННЯ ФІТНЕС ПОСЛУГ**

*Якубовська В. С., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти*

**Дейнега О.В., д.е.н., професор кафедри менеджменту**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

Стратегічне планування передбачає розробку і втілення плану дій на майбутнє, на довготривалу перспективу чи визначений термін; має походження від військової справи, а зараз широко застосовується в різних галузях і сферах, в тому числі і в маркетингу, де одним із таких інструментів є SWOT-аналіз.

Акронім SWOT вперше публічно озвучив професор К. Ендрюс у 1963 році: SWOT – початкові літери слів Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони), Opportunities (Можливості), Threats (Загрози) [1].

Методика SWOT-аналізу базується на підході, який дає змогу вивчати як зовнішнє, так і внутрішнє середовища підприємства разом. За допомогою цієї методики можна побачити у взаємозв'язку сильні та слабкі сторони підприємства, які йому властиві, із зовнішніми загрозами, можливостями та перспективами. Спочатку виявляють сильні і слабкі сторони, а також загрози та можливості, після цього встановлюють взаємозв'язки між ними, і саме цей результат може бути використаний для розроблення стратегії підприємства [2].

Дана методика може застосовуватися і в бізнесовій діяльності в галузі

спорту та фітнес послуг. В цілому, в Україні ринок фітнесу почав активно зростати починаючи з 2005 року, – на 15-20% у рік. До 2007 р. в Україні вже налічувалося більше 200 фітнес-клубів. З кожним роком їх кількість збільшувалася, з’явилася велика кількість фітнес-клубів і мереж фітнес-центрів – важливого сегменту розвитку масового спорту, які і залишаються найбільш привабливими для великої кількості населення [3, с. 359].

Про актуальність фітнес-індустрії в Україні свідчить факт створення Української Фітнес Асоціації – всеукраїнської громадської організації, яка об’єднує фахівців фітнес та велнес індустрії для розвитку та сприяння здорового способу життя та збільшенню попиту на фітнес послуги в Україні [4].

Проведемо SWOT-аналіз для одного із закладів мережі фітнес клубів «Total fitness» [5], а саме закладу, який розташовано в м. Рівне.

В цілому, Total fitness – це мережа сучасних фітнес-клубів, яка успішно працює з 2017 р. Компанія постійно розвивається та вдосконалюється, клуби мають різноманітний формат, що дозволяє знайти ідеальний варіант з огляду на послуги, атмосферу, дизайн та ціну. В команді працюють досвідчені фахівці з фітнесу, які знаходять індивідуальний підхід до кожного клієнта, в закладах створено досить комфортніші умови для занять фітнесом.

Сильні сторони: один з лідерів на ринку спортивних послуг свого району; висококваліфікований персонал; вдале розташування; позитивні тенденції зміни високого попиту на спортивні послуги за останні кілька років; сучасне спортивне обладнання; наявність роздягальні із шафкою під ключ.

Слабкі сторони: велика вартість спортивного обладнання; нестабільно ефективний рівень інформативності реклами; замала кількість акцій та сезонних знижок; відсутність можливості готівкового розрахунку (лише карта).

Можливості: відкриття нових клубів у місті; стати лідером на ринку фітнес послуг у Рівному; залучення нових споживачів; акції чи заходи з мотивації і підтримки співпраці з тренерами; пропаганда здорового способу життя.

Загрози: конкуренція, поява нових фітнес-клубів; низька споживча

активність (зацікавленість) населення; економічна нестабільність; підвищення цін на абонемент.

За результатами SWOT-аналізу можна зробити висновок, що конкурентними перевагами фітнес-клубу «Total Fitness» є великий асортимент і якість послуг, що надаються, а також гарна репутація, розташування клубу. Це дозволить в подальшому завойовувати нових клієнтів, не потрапляти під вплив товарів-замінників а також дозволяє надавати гідну конкуренцію.

До можливостей відноситься розробка ефективної стратегії просування і нарощування постійно клієнтської бази. Найбільш небезпечними загрозами є повторне закриття через локдаун чи військові дії, посилення позицій конкурентів, зниження платоспроможності споживачів і наявність на ринку товарів-замінників, що в свою чергу може в достатній мірі вплинути на попит.

До найбільш слабких місць діяльності можна віднести дороге утримання спортивного центру і недостатньо успішний рівень маркетингової роботи. Цей недолік впливає як на просування послуг фітнес-центру, так і на його конкурентне становище серед інших фітнес клубів. На даний момент ця слабка сторона фітнес-клубу не дозволяє йому розширюватися, завойовувати нових клієнтів і відкривати нові філії. Але найбільшим гальмуючим чинником є можливість закриття ФК «Total Fitness» через військовий стан в країні та висока вартість оренди приміщення в ТЦ «ЦУМ».

Отже, застосування SWOT-аналізу для потреб стратегічного планування маркетингової діяльності закладу з надання фітнес послуг цілком прийнятне і ефективне. Зростаючий і попит на фітнес послуги, і конкуренція в даній галузі і надалі потребуватимуть активного застосування маркетингу.

### **Використані джерела**

1. Міжнародна маркетингова група. Офіційний сайт URL:<http://www.marketing-ua.com/research.php> (дата звернення: 10.11.2023).

2. Гуменюк О.Г. Використання SWOT-аналізу як основного інструменту стратегічного управління. Глобальні та національні проблеми економіки //

2017. Вип. 17 URL: <http://global-national.in.ua/issue-17-2017/26-vipusk-16-kviten-2017-r-2/3121-gumenyuk-o-g-vikoristannya-swot-analizu-yak-osnovnogo-instrumentu-strategichnogo-upravlinnya> (дата звернення: 10.11.2023).

3. Чеховська Л. Фітнес-індустрія України: стан і перспективи розвитку. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. 2017. Вип. 5 К (86) URL:<http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19341/Chekhovska.pdf> (дата звернення: 10.11.2023).

4. Українська Фітнес Асоціація. Офіційний сайт. URL: <https://www.ukrfit.org/> (дата звернення: 10.11.2023).

5. Total fitness. Офіційний сайт URL:<https://totalfitness.com.ua/#about> (дата звернення: 10.11.2023).

## УЧАСНИКИ КОНФЕРЕНЦІЇ

### ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

1. Балашова О.В., канд. екон. наук, доцент
2. Гітіс Т.П., к. е. н., доцент
3. Гудкова К.Ю., асистент
4. *Дьомін Д.Д., здобувач вищої освіти*
5. *Єршова С.А., здобувач вищої освіти*
6. *Іванченко О.В., здобувач вищої освіти*
7. Мельников О. Ю., к. т. н., доцент
8. *Ничік Є.О., здобувач вищої освіти*
9. Ольховська О.Л., доцент
10. *Стребіж Є.О., здобувач вищої освіти*
11. *Якушева Д.І., здобувач вищої освіти*

### ІНЖЕНЕРНИЙ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ІМ. Ю. М. ПОТЕБНІ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

1. *Рой Я. А., здобувач вищої освіти*
2. Синиця Ю. С., к. е. н., доцент
3. *Яковлев А. І., здобувач вищої освіти*

### ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

1. *Благовірний О.Р., здобувач вищої освіти*
2. Бойко О. В., к.е.н., доцент
3. *Галух В.Ф., здобувач вищої освіти*
4. *Ковальчук А., здобувач вищої освіти*
5. Кузьмак О., д.е.н., професор
6. *Мірчук Н. О., здобувач вищої освіти*
7. Морохова В. О., к.е.н., професор
8. *Семенюк Ю.О., здобувач вищої освіти*
9. *Тимошук Д. В. здобувач вищої освіти*



10. *Шелест Д., здобувач вищої освіти*

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

1. Попко О.В., д. е. н., професор
2. *Філатов В.В., здобувач вищої освіти*

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ДНІПРОВСЬКА  
ПОЛІТЕХНІКА»

1. *Денисенко К. В., здобувач вищої освіти*
2. *Радченко В.О, здобувач вищої освіти*
3. Шинкаренко Н. В., к.е.н., доцент

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

1. Глинський Н. Ю, д.е.н., професор
2. Демко М. Я., доктор філософії, асистент
3. *Донець В.Р.,, здобувач вищої освіти*
4. Калинець К. С., к. е. н., доцент
5. Кіндій М.В., ст. викладач
6. Косар Н.С., к.е.н., доцент
7. *Кравчук Д., здобувач вищої освіти*
8. *Красуляк Л.Т., здобувач вищої освіти*
9. *Процун Н.В., здобувач вищої освіти*

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

1. *Грищенко А.В., здобувач вищої освіти*
2. *Ласкаєв О М., здобувач вищої освіти*
3. Басюркіна Н. Й., д. е. н., проф., завідувач кафедри управління бізнесом

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

1. *Бенчук С.О., здобувач вищої освіти*
2. *Величко С.В., здобувач вищої освіти*
3. *Вильчик А. А., здобувач вищої освіти*
4. *Гарбар С.П., здобувач вищої освіти*
5. *Гіс І., здобувач вищої освіти*
6. Дейнега І. О., д. е. н., професор
7. Дейнега О. В., д. е. н., професор
8. *Дем'янюк О. О., здобувач вищої освіти*
9. *Дмитрук Д.М., здобувач вищої освіти*
10. *Жифарський Д. С., здобувач вищої освіти*
11. *Кибукевич С. Ю., здобувач вищої освіти*
12. *Коханюк М. І., здобувач вищої освіти*
13. *Масна Н.Б., здобувач вищої освіти*
14. *Матвіїв І. Р., здобувач вищої освіти*
15. *Нікітенко О. І., здобувач вищої освіти*
16. *Олексієвець Т. І., здобувач вищої освіти*
17. Паламарчук О.С., к.е.н., доцент
18. Пелех О. Б., д. е. н., професор
19. *Побережний В. Ю., здобувач вищої освіти*
20. *Посільська І., здобувач вищої освіти*
21. Пляшко О. С., к. е. н., доцент
22. *Рубель В. М., здобувач вищої освіти*
23. *Сагайчук К.Л., інженер-програміст*
24. Стрільчук Р. М., к. е. н., доцент
25. Тарасюк Я., здобувач вищої освіти
26. *Тимошук В.В., здобувач вищої освіти*
27. *Урбанюк Н., здобувач вищої освіти*
28. *Шитов В.М., здобувач вищої освіти*
29. *Шмат А.В., здобувач вищої освіти*

30. *Червук Р., здобувач вищої освіти*
31. *Хомич С. В., к. е. н., доцент*
32. *Яковенко Р. О., здобувач вищої освіти*
33. *Якубовська Н. В., к. е. н., доцент*
34. *Якубовська В. С., здобувачка вищої освіти*

## ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ

### І.ПУЛЮЯ

1. *Беш В.Р., здобувач вищої освіти*
2. *Гвоздик О.Б., здобувач вищої освіти*
3. *Голова В.І., здобувач вищої освіти*
4. *Осельський О.О., здобувач вищої освіти*
5. *Семеген О.Й., здобувач вищої освіти*
6. *Фалович В. А., д.е.н., професор*
7. *Федорук Я. Г., здобувач вищої освіти*
8. *Шеремета О.В., здобувач вищої освіти*
9. *Якимишин Л. Я., д. е. н., професор*

### ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «МЕТІНВЕСТ ПОЛІТЕХНІКА»

1. *Волков Д.П., здобувач вищої освіти*

### ТЗОВ «РАДИВИЛІВМОЛОКО»

1. *Грисюк С. А., директор*

### ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

1. *Настенко О.Р., здобувач вищої освіти*
2. *Захарова О.В., д. е. н., професор*

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ І. ЕКОНОМІКА

<i>Вербовський І.А., Попко О.В.</i> РОЛЬ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	4
<i>Волков Д. П.</i> УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ІТ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	6
<i>Грищенко А.В., Басюркіна Н. Й.</i> ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	9
<i>Іванченко О.В., Гітіс Т. П.</i> ОСНОВНІ ТИПИ МОДЕЛЕЙ ТЕОРІЇ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ	13
<i>Кибукевич С. Ю., Хомич С. В.</i> АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «РОКИТНІВСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО» ДП «ЛІСИ УКРАЇНИ»	17
<i>Ласкаєв О. М., Басюркіна Н. Й.</i> ЕКОНОМІКА ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ	19
<i>Настенко О. Р., Захарова О. В.</i> КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ БІЗНЕСУ ВІД ПАРТНЕРСТВА З ОСВІТОЮ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	23
<i>Нікітенко О. І., Хомич С. В.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ РЕЛОКОВАНОГО УНІВЕРСИТЕТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	27
<i>Посільська І., Пелех О.Б.</i> СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ АТ «ОЩАДБАНК»	31
<i>Побережний В. Ю., Пляшко О. С.</i> ЕЛЕКТРОННІ ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ ЯК ЗАСІБ РОЗРАХУНКУ ТА ОБ'ЄКТ ОБЛІКУ В КОРИСТУВАЧА	35
<i>Рой Я. А., Синиця Ю. С.</i> ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ	38
<i>Стребіж Є.О., Гітіс Т. П.</i> ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	41

<i>Тимошук В.В., Пелех О. Б.</i> ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	<b>46</b>
<i>Яковлев А. І., Синиця Ю. С.</i> ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ	<b>50</b>
<i>Якушева Д.І., Балашова О. В.</i> РОЗРОБКА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	<b>54</b>

## **СЕКЦІЯ ІІ. МАРКЕТИНГ**

<i>Kovalchuk A., Kuzmak O.</i> ADVERTISING AND MEDIA IN THE ERA OF FAKE NEWS AND DISINFORMATION	<b>58</b>
<i>Shelest D., Kuzmak O.</i> ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF DEVELOPMENT	<b>61</b>
<i>Бенчук С.О., Дейнега І. О.</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЦЕМЕНТУ	<b>65</b>
<i>Беш В.Р., Фалович В. А.</i> АДАПТУВАННЯ СТРУКТУРИ ЛАНЦЮГА ПОСТАЧАННЯ ДО ЗАВДАНЬ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ	<b>69</b>
<i>Благовірний О.Р., Бойко О. В.</i> СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРІВ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ	<b>71</b>
<i>Величко С. В., Паламарчук О. С.</i> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	<b>74</b>
<i>Вильчик А.А., Дейнега І. О.</i> МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	<b>76</b>
<i>Галух В. Ф., Семенюк Ю. О., Бойко О. В.</i> МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	<b>80</b>
<i>Гвоздик О.Б., Якимишин Л. Я.</i> МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	<b>83</b>

<i>Голова В.І., Якимишин Л. Я.</i> МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ КЛІЄНТІВ ПІДПРИЄМСТВА	<b>87</b>
<i>Грисюк С. А.</i> КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	<b>90</b>
<i>Дем'янюк О. О., Дейнега О. В.</i> СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ТА СВІТОВА ПРАКТИКА	<b>94</b>
<i>Денисенко К. В., Шинкаренко Н. В.</i> ВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ У СТРАТЕГІЯХ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ВПЛИВ НА АУДИТОРІЮ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ	<b>97</b>
<i>Донець В. Р., Глинський Н. Ю.</i> ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ ЛЮДИНИ	<b>100</b>
<i>Жифарський Д.С., Дейнега І. О.</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ	<b>103</b>
<i>Калинець К. С.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ СПРИЙНЯТТЯ	<b>106</b>
<i>Коханюк М. І., Дейнега І. О.</i> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	<b>111</b>
<i>Кравчук Д., Косар Н.С.</i> ВПЛИВ ВІЙНИ НА РИНОК КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ	<b>115</b>
<i>Красуляк Л.Т., Кіндій М.В.</i> АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГУ У ВОЄННИЙ ЧАС В УКРАЇНІ	<b>118</b>
<i>Матвіїв І. Р., Хомич С. В.</i> УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ МОНЕТИЗАЦІЇ DIGITAL МАРКЕТИНГУ	<b>120</b>
<i>Мірчук Н. О., Тимошук Д. В. Морохова В. О.</i> ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	<b>124</b>
<i>Олексієвець Т. І., Стрільчук Р. М.</i> ТРАНСКОРДОННИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО ІНТЕГРАЦІЇ	<b>127</b>

<i>Осельський О. О., Якимишин Л. Я.</i> МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ: КЛЮЧ ДО ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГІВ ПРОДАЖІВ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	<b>130</b>
<i>Процун Н.В., Демко М. Я.</i> МАРКЕТИНГ В БЛОКЧЕЙНІ	<b>132</b>
<i>Радченко В.О., Шинкаренко Н. В.</i> ПОЗИЦІОНУВАННЯ В РОЗДРІБНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	<b>136</b>
<i>Рубель В. М., Дейнега І. О.</i> ТОВАР ЯК ОБ'ЄКТ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ	<b>139</b>
<i>Сагайчук К.Л., Якубовська Н. В.</i> РИНОК ПАЛЬНОГО: ОЛІГОПОЛІЯ ЧИ МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ	<b>141</b>
<i>Семеген О. Й., Якимишин Л. Я.</i> ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	<b>145</b>
<i>Тарасюк Я., Дейнега О. В.</i> ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНОСТІ ТОВАРІВ НА ВИБІР СПОЖИВАЧІВ	<b>148</b>
<i>Урбанюк Н., Дейнега О. В.</i> СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ПОШИРЕННЯ ПРОФЕСІЇ МАРКЕТОЛОГА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ПРАЦІ	<b>153</b>
<i>Червук Р., Дейнега І. О.</i> ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР	<b>155</b>
<i>Федорук Я. Г., Якимишин Л.Я.</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК У РИНКУ FMCG: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	<b>158</b>
<i>Філатов В.В., Попко О. В.</i> ІДЕНТИФІКАЦІЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ КЛІЄНТІВ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ	<b>161</b>
<i>Шеремета О.В., Фалович В.А.</i> КООРДИНУВАННЯ У ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК ЯК НАСКРІЗНА ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ	<b>165</b>
<i>Шитов В.М., Пелех О.Б.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ	<b>167</b>

*Якубовська В. С., Дейнега О. В.* СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ  
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ З НАДАННЯ ФІТНЕС  
ПОСЛУГ **169**

### **СЕКЦІЯ III. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Гарбар С.П., Яковенко Р. О., Дейнега І. О.* СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ  
ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОМ  
ПІДПРИЄМСТВ **173**

*Гіс І., Дейнега О. В.* ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ  
ПОПИТУ В РЕГІОНІ **175**

*Дмитрук Д.М., Пляшко О. С.* БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА  
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ  
БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ **180**

*Дьомін Д.Д., Ольховська О.Л., Гудкова К.Ю.* ЗАСТОСУВАННЯ  
ОПТИМІЗАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
МАЛОГО ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА **182**

*Масна Н.Б., Дейнега І.О.* ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА  
ДІЯЛЬНОСТІ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ **187**

*Єршова С.А., Мельников О. Ю.* ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СИСТЕМА  
ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ДЛЯ АНАЛІЗУ ДАНИХ АПТЕЧНОЇ МЕРЕЖІ **189**

*Ничік Є.О., Мельников О. Ю.* РОЗРАХУНОК ОПТИМАЛЬНОГО  
РОЗПОДІЛУ ПОСІВНИХ ПЛОЩ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА **193**

*Паламарчук О. С.* ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ  
ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ ТА БАКАЛАВРІВ  
МАРКЕТИНГУ **197**

*Хомич С. В.* РОБОТА З ПАКЕТОМ RVEST ДЛЯ ОТРИМАННЯ  
ДАНИХ З ВЕБ-СТОРИНОК **199**



*Шмат А.В., Пляшко О. С. ЕЛЕКТРОННІ & ЦИФРОВІ ГРОШІ:  
СУТНІСТЬ ТА НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ* **202**

**УЧАСНИКИ КОНФЕРЕНЦІЇ** **207**

Тези  
ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції  
здобувачів вищої освіти та молодих науковців  
«Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах  
сучасних викликів»  
розміщено на сайті: <https://rshu.edu.ua/contact/naukovi-vydannia>  
<https://cutt.ly/J1PVEMV>

Упорядники: О. С. Пляшко, В. Якубовська  
Верстка та дизайн: І. А. Либак

Адреса оргкомітету та редколегії:  
33028, вул. Степана Бандери, 12,  
м. Рівне,  
Україна  
тел. 0637141418  
e-mail: [keub@rshu.edu.ua](mailto:keub@rshu.edu.ua)  
<https://www.facebook.com/ek.rdgu>  
[https://www.instagram.com/ekonomika\\_marketing](https://www.instagram.com/ekonomika_marketing)  
<http://t.me/EkonomikaMarketing>  
сайт: <https://ekibernetika.org.ua/>

