

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ
ВНУ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ, КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ,
МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КУ «АГЕНЦІЯ РОЗВИТКУ РІВНОГО» РМР**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

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

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

28 листопада 2024 року

Рівне

2024

Відповідальна за випуск к. е. н., професор Тетяна Панюк.

*Рекомендовано до видання Вченою радою
Рівненського державного гуманітарного університету,
протокол № 12 від 05.12.24 р.*

Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів: IV Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих науковців, 28 листопада 2024 р.: [тези доп.]. – Рівне: РДГУ, 2024. – 158 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, 2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Павелків Роман Володимирович – д. псих. н., проф;
Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна – д. е. н., проф.;
Бондаренко Вікторія Михайлівна. – к.е.н., доц;
Зарічна Олена Володимирівна. – д. е. н., проф;
Панюк Тетяна Петрівна – к. е. н., проф.;
Сак Тетяна Василівна – к.е.н., доц;
Савчук Марія Валеріївна – керівник;
Вальковець Алла Степанівна – викладач;
Заглинська Любов Василівна – к.е.н., доц.;
Коханевич Тетяна Петрівна – ст. викладач;
Крайчук Сергій Олександрович – к.т.н., доц.;
Лукомська Оксана Іванівна – ст. викладач;
Паламарчук Оксана Степанівна – к .е. н., доц.;
Пелех Оксана Богданівна – д. е. н., проф.;
Пляшко Ольга Степанівна – к. е. н., доц.;
Стрільчук Руслан Миколайович – к.е.н., доц;
Хомич Сергій Васильович – к. е. н., доц.;
Юськів Богдан Миколайович – д. політ. н., проф.;
Якубовська Наталія Василівна – к. е. н., доц.;
Кибукевич Сергій – здобувач вищої освіти;
Рубежанський Микола – здобувач вищої освіти.

соціального капіталу, а також забезпечення гнучкості та оперативності. Тайм-менеджмент – це набір стратегій, технік та інструментів, які допомагають ефективно керувати часом, завданнями та пріоритетами. Цей підхід допомагає організувати свій час, підвищити продуктивність, зменшити стрес і досягти поставлених цілей.

Використані джерела

1. Armstrong M. Zarządzanie zasobami ludzkimi. Oficyna Ekonomiczna. Kraków. 2000.
2. Boyatzis R.E. The Competent Manager. Wiley. New York. 1982.
3. Borkowska S. Zarządzanie talentami. Instytut Pracy i Spraw Socjalnych. Warszawa. 2005.

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ: СУТЬ, МЕТОДИ РОЗРАХУНКУ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ

Романовська А.Ю., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Пляшко О.С. к. е. н., доцент кафедри економіки та управління бізнесом

Рівненський державний гуманітарний університет

У сучасних умовах економіки рентабельність є одним із ключових показників для оцінки ефективності діяльності будь-якого суб'єкта бізнесу. Вона є відносним показником прибутковості і дозволяє зрозуміти, наскільки вигідно підприємство використовує свої ресурси для виробництва та продажу. Простіше кажучи, рентабельність показує, скільки прибутку можна отримати з кожної гривні, вкладеної в розвиток бізнесу.

На основі узагальнення вітчизняних підходів до структури та розрахунку показників рентабельності, виділимо їх три основні групи: капіталу, продажів та діяльності. (табл.1.).

Групи показників рентабельності

№	Назва показника	Методика розрахунку	Економічна інтерпретація показника
<i>Рентабельність капіталу</i>			
1	Рентабельність сукупного капіталу, %	Прибуток до оподаткування / Сукупний капітал або Чистий прибуток / Сукупний капітал * 100%	Показує наскільки ефективно використовується сукупний капітал підприємства, тобто скільки прибутку було згенеровано на кожну гривню залучених власних коштів
3	Рентабельність основного капіталу, %	Чистий прибуток (Чистий збиток) / Середньорічна сума власного капіталу * 100%	Відображає, наскільки ефективно компанія використовує кошти, інвестовані власниками, для отримання прибутку.
4	Рентабельності оборотного капіталу, %	Чистий прибуток/середня величина оборотних активів*100%	Показує ефективність використання оборотних активів підприємства для отримання прибутку
<i>Рентабельність продажів</i>			
5	Рентабельність продажів, %	Чистий прибуток/Виручка (дохід)*100%	Відображає частку чистого прибутку, яку підприємство отримує від кожної гривні виручки. Показує загальну ефективність усіх етапів діяльності — від виробництва до продажу та управління витратами.
7	Рентабельність за операційним прибутком, %	Операційний прибуток / чистий дохід від реалізації продукції*100%	Демонструє скільки операційного прибутку підприємство генерує на кожну одиницю виручки від реалізації продукції або послуг
<i>Рентабельність діяльності</i>			
8	Рентабельність витрат, %	Прибуток/Витрати*100%	Показує, яку частку прибутку отримує підприємство на кожну одиницю витрачених ресурсів.
9	Рентабельність виробництва, %	Прибуток/Собівартість продукції*100%	Демонструє наскільки ефективно підприємство використовує ресурси для створення продукції, і є важливим індикатором для аналізу його фінансового стану
10	Валова рентабельність, %	Валовий прибуток/ чиста виручка від реалізації*100%	Показує, скільки підприємство заробляє на кожній одиниці продажу продукції після покриття тільки змінних витрат (собівартості)

Джерело: узагальнено на підставі [1-4].

Вітчизняні автори (наприклад, Пилипенко [5]) рекомендують використовувати комплексний підхід, який включає аналіз фінансових показників разом із галузевими особливостями. Важливо не лише розглядати основні фінансові метрики, такі як рентабельність продажу, рентабельність за витратами чи активами, а й враховувати специфіку галузі, в якій працює компанія. У процесі аналізу важливим є не лише розрахунок коефіцієнтів, але й їхнє динамічне порівняння та визначення причин відхилень. Як влучно зазначає Пилипенко: "У сучасних мінливих умовах найбільш адекватним вважається комплексний підхід, заснований на використанні показників, адаптованих до галузевих та організаційно-правових особливостей фірми. Таким чином, на рівні кожного підприємства вкрай важливим є грамотне формування власної системи показників, що відповідають сучасним управлінським концепціям"[5]. Такий підхід дозволяє підприємствам гнучко реагувати на зміни середовища та ефективно адаптувати управлінські процеси до реалій бізнесу.

Також у вітчизняну практику адаптовано показники рентабельності EBITDA. EBITDA (від англ. – Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) в перекладі означає: дохід до вирахування відсотків, податків і амортизації. У цілому показник EBITDA відображає дохід, отриманий підприємством від основної операційної діяльності. При цьому не беруться до уваги розмір інвестицій у виробництво (поправка на суму нарахованої амортизації), боргове навантаження (поправка на відсотки), режим оподаткування (поправка на податок на прибуток). Тобто EBITDA розраховується шляхом коригування чистого прибутку компанії з урахуванням суми відсотків до отримання/виплати, податку на прибуток, амортизації та інших позареалізаційних доходів і витрат [6]. Зазвичай показник EBITDA є необхідним для зовнішніх споживачів інформації таких як інвестори, аналітики та всі ті, хто хоче порівняти одну компанію з іншими, які працюють у тій же сфері. Для внутрішніх споживачів інформації (фінансові менеджери, керівники, акціонери) рентабельність за EBITDA є одним із головних показників оцінки власного бізнесу. Проте, його не слід застосовувати при аналізі діяльності організації на

довгострокову перспективу, тому що ігноруючи амортизацію, не враховується необхідність заміни чи капітального ремонту основних засобів у майбутньому. За допомогою похідних показників від ЕВІТДА можна оцінити різні аспекти фінансової діяльності підприємства, як от рентабельність по ЕВІТДА, Маржа ЕВІТДА та ЕВІТ (табл.2.).

Таблиця 2.

Похідні показники ЕВІТДА

№	Назва показника	Методика розрахунку	Економічна інтерпретація показника
1	Рентабельність ЕВІТДА	$\text{ЕВІТДА}/\text{Виручка} \times 100\%$	Дає змогу оцінити, яку частку від виручки підприємство здатне зберігати як дохід до вирахування витрат на відсотки, податки і амортизацію
2	Маржа ЕВІТДА	$\text{ЕВІТДА}/\text{Продажі} * 100\%$	Відображає, який відсоток прибутку до сплати податків, відсотків та амортизаційних відрахувань змогло отримати підприємство від кожної проданої одиниці
3	ЕВІТ	Чистий прибуток+ Податки+ Відсотки сплачені+ Надзвичайні витрати- Відшкодований податок+ Отримані відсотки+ Надзвичайні доходи	Показує перспективність компанії, визначає доцільність та ефективність вкладання коштів у діяльність компанії

Джерело: узагальнено на підставі [7-8]

Отже, рентабельність є важливим показником ефективності діяльності підприємства і однією з ключових метрик для зовнішніх користувачів. Для менеджменту підприємства – це зведена оцінка ефективності використання ресурсів та понесених витрат, на підставі якої можна приймати рішення щодо оптимізації витрат, підвищення доходів чи вибору стратегічних напрямків розвитку. Для зовнішніх користувачів (інвесторів, партнерів, кредиторів) аналіз рентабельності є ключовим інструментом, який дозволяє оцінити фінансову стійкість та надійність підприємства і потенційну прибутковість інвестицій у нього.

Використані джерела

1. Чигріна К. О. РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ. *Науковий огляд*. 2015. Т. 2, С. 4. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/421/601>
2. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу. *Фінансовий аналіз та висновок*. URL: <https://analizua.com/slovnik-ekonomichnikh-terminiv/338-pokaznik-rentabelnosti-vlasnogo-kapitalu> (дата звернення: 25.11.2024)
3. Палійчук Є. Ефективні методи підвищення прибутковості на ват «мукачівський верстатозавод» на сучасному етапі. *Ефективна економіка*. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5964>.
4. Рентабельність підприємства. *Школа бізнесу*. [Електронний ресурс] URL: <https://online.novaposhta.education/blog/rentabelnist-pidpriemstva#12638> (дата звернення: 26.11.2024).
5. Пилипенко В.В. Методичні підходи до економічної оцінки діяльності підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2023. Т. 3, № 71. С. 68–70.
6. Малинка К.С., Лободзинська Т.П. Показники EBITDA та OIBDA: економічний зміст та особливості обчислення. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 7. С. 381–384. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/7_2017_ukr/66.pdf
7. *DSpace at West Ukrainian National University: Головна сторінка*. [Електронний ресурс] URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/9059/1/21-26.pdf> (дата звернення: 25.11.2024)
8. Кучерук Н. Економічний зміст та значення аналітичних показників ebit та ebitda. *Економіка: реалії часу*. 2022. № 4. С. 108–110. URL: <https://economics.net.ua/wp-content/uploads/2022/04/tezy.pdf#page=92>

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ І. ЕКОНОМІКА	4
<i>Антонюк В.О., Панюк Т.П.,</i> МОДЕЛЮВАННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ТУРБУЛЕНТНИХ УМОВАХ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА РОЗВИТКУ В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	4
<i>Балик А.В., Зборовський М.В., Сак Т. В.,</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	7
<i>Захлинюк В.О., Заглинська Л.В.,</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....	10
<i>Кибукевич С.Ю., Хомич С.В.,</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	14
<i>Кохно Ю.О., Пляшко О.С.,</i> СУТНІСТЬ ТА ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	17
<i>Левчик В.В., Пляшко О.С.,</i> ВІТЧИЗНЯНЕ ВИРОБНИЦТВО АВТОТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ:МІФ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ	21
<i>Лисицька К.В., Курей О.А.,</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ	27
<i>Матвіїв І.Р., Хомич С.В.,</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	31
<i>Мошкола І.І., Задорожна І.В.,</i> УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	35
<i>Мурафа Т.Р., Данилюк Т.І.,</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	38
<i>Олексієвець Т.І., Шитов В.М.,</i> ДОСВІД ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ У ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	41
<i>Остаповець Є.Ф., Пелех О.Б.,</i> ЕКОНОМІЧНА НЕСТАБІЛЬНІСТЬ ЯК ВИКЛИК ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ.....	44
<i>Пелех О.Б., Юськів Б.М.,</i> УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ.....	48
<i>Романовська А.Ю., Пляшко О.С.,</i> РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ: СУТЬ, МЕТОДИ РОЗРАХУНКУ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ	54
<i>Рубежанський М.В., Якубовська Н.В.,</i> АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ БЛАГОДІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЯК СТРУКТУРНОГО ЕЛЕМЕНТУ СВІТОВОГО РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	59
<i>Сидорчук І.А., Заглинська Л.В.,</i> КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....	61
<i>Симкович К.М., Курей О.А.,</i> УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ	64
<i>Чакавий С.В., Зарічна О.В.,</i> СТРАТЕГІЧНЕ АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ	670

<i>Шкода О. В., Паламарчук О.С., ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ</i>	70
<i>Юричко В.М., Задорожна І.В., УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ</i>	73
Секція II. МАРКЕТИНГ	76
<i>Антипчук С.Г., Якубовська Н.В., РЕГІОНАЛЬНИЙ РИНОК ПОСЛУГ З ПІДБОРУ АВТОМОБІЛЬНОЇ ФАРБИ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ НА НЬОМУ</i>	76
<i>Антонюк В.О., Якубовська Н.В., МЕНЕДЖЕР ПО ОБСЛУГОВУВАННЮ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ЯК ФАКТОР МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТОРЕННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ</i>	79
<i>Бенчук С.О. РЕАЛІЗАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЦЕМЕНТНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ</i>	81
<i>Величко С. В., Нікітін В.А., Паламарчук О.С., ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ</i>	85
<i>Гарбар С.П., Панюк Т.П., СИНЕРГІЯ БРЕНДИНГУ, МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕФЕКТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ</i>	89
<i>Годованюк В., Якубовська Н.В., АЗІЙСЬКА КУХНЯ В РІВНОМУ: АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ</i>	92
<i>Клімович Д.В., Лукомська О.І., СТРАТЕГІЧНИЙ БРЕНДИНГ КОМПАНІЇ КТС НА РИНКУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ</i>	94
<i>Котяй Н.Я., Рейкін В.С., ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО МІКСУ В КОНТЕКСТІ ПРОДУКТУ</i>	97
<i>Кохно Ю.О., Якубовська Н.В., АСПЕКТИ АКТУАЛЬНИХ ФАХОВИХ ЗАПИТІВ ДО ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ЗАЛУ В МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ ТОРГІВЕЛЬНОЇ КОМПАНІЇ ГАЛУЗІ БУДІВНИЦТВА</i>	100
<i>Кузнецова В., Хомич С.В., КЛАСТЕРИЗАЦІЯ КЛІЄНТІВ ДЛЯ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ EMAIL-МАРКЕТИНГУ</i>	102
<i>Кузьмич Ю.О., Сак Т. В., ВПРОВАДЖЕННЯ ОЩАДЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА ТА ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ІНТЕГРАЦІЙНИЙ ПІДХІД</i>	105
<i>Кротенюк А.Р., Курей О.А., АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ІМІДЖУ КОМПАНІЇ</i>	109
<i>Лісний В.С., Сак Т. В., РОЗРОБКА КОНКУРЕНТНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ</i>	113
<i>Ліщук Д. Ю., Сак Т. В., ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ</i>	116
<i>Плисюк Ю.А., Милько І.П., ВИКОРИСТАННЯ ТРИГЕРІВ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ПРОДАЖІВ</i>	118
<i>Рубежанський М.В., Паламарчук О.С., КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ</i>	121
<i>Рубель В.М., Якубовська Н.В., МАРКЕТИНГОВА ВЕРИФІКАЦІЯ ТА КОНКУРЕНТНІ ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ПОСЛУГ БУДІВЕЛЬНОЇ КОМПАНІЇ</i>	123

<i>Скирдова М.С., Сак Т. В.,</i> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГУ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ.....	125
<i>Соя С.В.</i> МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ: «ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ».....	128
<i>Степанюк І.А., Рейкін В.С.,</i> ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ.....	131
<i>Тененський Д.В., Милько І.П.,</i> АВТОМАТИЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ: ВІД ЧАТ-БОТІВ ДО ПОВНОЦІННИХ CRM-СИСТЕМ.....	135
<i>Шевчук М.А., Рейкін В.С.,</i> ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ І ОБСЯГ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	139
<i>Яковенко Р.О., Дітлашок Д.В., Панюк Т.П.,</i> БРЕНДИНГ ТА МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	142
СЕКЦІЯ ІІІ. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	146
<i>Данченко О.О., Курей О.А.,</i> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ AGILE ТА SCRUM МЕТОДОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ ІТ- КОМПАНІЙ.....	146
<i>Созонюк В.М., Хомич С.В.,</i> ВИКОРИСТАННЯ СЕРВІСУ COREZOID.COM ДЛЯ ІНТЕГРАЦІЇ МІЖ РІЗНИМИ ІНФОРМАЦІЙНИМИ СИСТЕМАМИ	150
<i>Щербатюк Н., Хомич С.В.,</i> СЕРВІС АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕСУ DNTRADE.....	153

Тези

IV Всеукраїнської науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти та молодих науковців
«Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах
сучасних викликів»

розміщено на сайтах: <https://rshu.edu.ua/contact/naukovi-vydannia>
<https://cutt.ly/J1PVEMV>

Упорядники: І. А. Либак
Верстка та дизайн: І. А. Либак
Адреса оргкомітету та редколегії:
33028, вул. Степана Бандери, 12,

м. Рівне,
Україна

тел. 0972115521

e-mail: keub@rshu.edu.ua

<https://www.facebook.com/ek.rdgu>

https://www.instagram.com/ekonomika_marketing

<http://t.me/EkonomikaMarketing>

сайт: <https://ekibernetika.org.ua/>