

**Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет**

**ПІДПРИЄМНИЦТВО,
ТОРГІВЛЯ, МАРКЕТИНГ:
СТРАТЕГІЇ, ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ VIII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 21 травня 2025 р.)

Київ 2025

УДК 33.02:330.3

П 32

Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології
П 32 та інновації [Електронний ресурс] : тези доп. VIII Міжнар.
наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 21 трав. 2025 р.) / відп.
ред. В. А. Осика. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. –
706 с. – Укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-918-211-1

DOI: 10.31617/k.knute.2025-05-21

Тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції містять результати наукових досліджень, в яких розглянуто актуальні питання торговельного підприємництва та логістики, маркетингової інноваційної діяльності підприємств торгівлі, наукового та практичного товарознавства, митного регулювання в Україні, управління безпечністю та якістю товарів і послуг, захисту прав споживачів.

Матеріали подано в авторській редакції. Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

УДК 33.02:330.3

Редакційна колегія: В. А. Осика (відп. ред.), д-р техн. наук, проф., декан факультету торгівлі та маркетингу; Н. В. Мережко, д-р техн. наук, проф., завідувач кафедри товарознавства та митної справи; О. В. Сидоренко, д-р техн. наук, проф., завідувач кафедри товарознавства і фармації; Н. Б. Ільченко, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри торговельного підприємництва та логістики; О. С. Бондаренко, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри маркетингу; Д. С. Файвішенко, д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри журналістики та реклами; Т. М. Мельник, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри міжнародного менеджменту; Г. В. Дугінець, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри світової економіки; А. В. Нечипорук, канд. екон. наук, заступник декана факультету торгівлі та маркетингу.

Відповідальні за випуск: В. А. Осика, д-р техн. наук, проф., декан факультету торгівлі та маркетингу; А. В. Нечипорук, канд. екон. наук, заступник декана факультету торгівлі та маркетингу.

ISBN 978-966-918-211-1

© Державний торговельно-
економічний університет, 2025



Ця робота ліцензується відповідно до Creative Commons Attribution 4.0 International License.

ЗМІСТ

ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЛОГІСТИКА: СТРАТЕГІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ

Tetyana ANUFRIYEVA COLD SUPPLY CHAIN AND LAST-MILE CHALLENGES	26
Larisa NORIK DIGITAL TRACING IN LOGISTICS: SIMULATION OF SUPPLY CHAIN ELEMENT INTERACTION USING THE LOTKA–VOLTERRA MODEL.....	29
Oksana POLINKEVYCH STRATEGIC GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF BUSINESS LOGISTICS SERVICES	33
Софія АВІЛОВА, Марина ЖАЛДАК ГЛОБАЛЬНИЙ РИНОК ЗЕРНА: КЛЮЧОВІ ГРАВЦІ, БІРЖОВІ МЕХАНІЗМИ ТА ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ФАКТОРІВ.....	36
Василь БАБЮК ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ: ВІД БАЗАРІВ ДО СУЧАСНОГО РИТЕЙЛУ	40
Роман БАЛЛА, Олександр ГОНЧАРЕНКО, Наталія БУНТОВА ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ПРОЄКТИ У МУЗИЧНІЙ СФЕРІ.....	42
Максим БЕЛІНСЬКИЙ, Ольга КАВУН ЦИФРОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОМНІКАНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В FASHION-РИТЕЙЛІ	45
Діана БІЛОУС, Аліна НЕЧИПОРУК ПРОЗОРИСТЬ ГЛОБАЛЬНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ ЗА ДОПОМОГОЮ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ.....	48
Володимир БІЛОЦЕРКІВЕЦЬ, Богдан КАБАЧЕНКО ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ТРИУМФУ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ	51

Володимир БЛОЦЕРКІВЕЦЬ, Михайло ОЛІЙНИК КЛАСТЕРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ: ІСТОРІЯ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	53
Олександр БОЖКО ЗЕЛЕНА ЛОГІСТИКА ТА ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ЦІЛЕЙ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ.....	55
Світлана БОЛІЛА ВПРОВАДЖЕННЯ ERP-СИСТЕМ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО РИТЕЙЛУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	57
Ольга БОНДАРЕНКО, Дарія ВІНЧУК ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ЧИСТОГО ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	60
Богдан БРАТАЩУК ЕВОЛЮЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВОЮ АДАПТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВ	63
Марія БУГАЄВА, Дмитро СИДОРЕНКО ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ПІСЛЯКРИЗОВОГО ПЕРІОДУ	66
Марія БУГАЄВА, Михайло БЄЖАН ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГАЛУЗІ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	70
Діана БУРДЕЛЬНА, Марина ЖАЛДАК ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА В БІРЖОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	73
Тетяна ВИДРИЧ РОЛЬ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ В СТИМУЛЮВАННІ ІМПУЛЬСНИХ ПРОДАЖІВ	76
Андрій ВІННИЦЬКИЙ КЛЮЧОВІ МЕТРИКИ ТА ІНДИКАТОРИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ У ЛАНЦЮГАХ ПОСТАЧАННЯ	78

Вероніка ВОЗНЮК, Сніжана БРОВКО ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА РИНОК МОБІЛЬНИХ ТЕЛЕФОНІВ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	82
Валерія ВОРОБІЙОВА, Марина СЛОКВА ДИНАМІКА СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТРАНСПОРТНИМИ ПОСЛУГАМИ.....	85
Софія ГЛАЗУНОВА ЕТАПИ КЛІЄНТСЬКОГО ШЛЯХУ: ТЕХНІКИ ЕФЕКТИВНОГО ПРОДАЖУ.....	89
Дмитро ГОЛОВАНЬ ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИДОВОЇ СТРУКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЕОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	92
Світлана ДАНИЛО, Сергій ФІЛІЩОВ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	97
Марина ЖАЛДАК, Валентина ПОЛЮГА КРИПТОВАЛЮТНІ БІРЖІ ЯК ЦИФРОВІ ТОРГОВЕЛЬНІ ПЛАТФОРМИ: СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ	100
Ірина ЖУРИЛО, Андрій КУБАЛЬСЬКИЙ ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНИХ ВИТРАТ У ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ ОПЕРАТОРІВ РИНКУ РОЗДРІБНОГО ПРОДАЖУ СВІТЛИХ НАФТОПРОДУКТІВ.....	104
Володимир ЗАЙЧЕНКО, Олександр КАБЕШЕВ ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ ТОРГІВЛЕЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	108
Володимир ЗАЙЧЕНКО, Дмитро ЛИВАДНИЙ СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ ДО ВИКЛИКІВ ВІЙНИ: ДОСВІД УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ	113
Володимир ЗАЙЧЕНКО, Генріх САРІБЕКЯН ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ: ВИКЛИКИ ДЛЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	117

Юлія ІВАНОВА, Марина КОТОВА РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ: ПРАВОВІ ВИКЛИКИ У МІЖНАРОДНИХ ТРАНСАКЦІЯХ.....	121
Денис ІЛЬКІВ, Наталія БУНТОВА КВЕСТ-КІМНАТИ: РОЗВИТОК ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	123
Наталія ІЛЬЧЕНКО ОРГАНІЗАЦІЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	125
Максим КАЛІНОВСЬКИЙ, Ольга ПРИЙМУК ІННОВАЦІЙНІ ЕКОСТРАТЕГІЇ ЗБУТУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	129
Надія КОВАЛЕНКО, Володимир АНКУДІНОВ ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	132
Надія КОВАЛЕНКО, Богдан МОКРЯК CRM-СИСТЕМИ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ: ІНСТРУМЕНТ УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ	135
Дмитро КОЧУБЕЙ ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОЦЕСИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ СТРАТЕГІЙ.....	138
Ілона КРУГЛОВА, Наталія БУНТОВА ПІДПРИЄМНИЦТВО НА РИНКУ ПРОФЕСІЙНИХ ФОТОПОСЛУГ	142
Катерина КРУГОВА ІНТЕГРАЦІЯ РІШЕНЬ НА БАЗІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЛОГІСТИЦІ.....	144
Єлизавета КУДРИЦЬКА, Наталія БУНТОВА ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ БІЗНЕС-ІДЕЙ У СФЕРІ КРАСИ.....	147

Софія ЛАВРИЩУК РЕЛОКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ В ЗАРУБІЖНИХ КОРПОРАЦІЯХ.....	149
Владислав ЛАДАН, Наталія БУНТОВА ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ІНІЦІАТИВИ ЩОДО РОЗВИТКУ КРАФТОВОГО ПИВОВАРІННЯ В УКРАЇНІ	151
Сабіна МАТВІЙЧУК, Наталія БУНТОВА МАРКЕТИНГОВИЙ РЕБРЕНДИНГ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗМІН.....	154
Марина МЕЛЬНИК, Наталія БУНТОВА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ СТВОРЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ІДЕЇ «РЕСТОРАН НА ВОДІ».....	156
Соломія НАЗАРЕВИЧ-МАРЧЕНКО, Аліна НЕЧИПОРУК ЦИФРОВІ ЛОГІСТИЧНІ РІШЕННЯ У СФЕРІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ.....	158
Олексій ОЗАДОВСЬКИЙ СТРАХУВАННЯ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ.....	161
Діана ОНОПРІЄНКО, Наталія БУНТОВА НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	165
Віктор ОСИКА, Аліна НЕЧИПОРУК ЛОГІСТИКА ЗЕРНА В УКРАЇНІ: ФАКТОР ВПЛИВУ НА ЕКСПОРТНУ СПРОМОЖНІСТЬ.....	167
Олена ПАРФЬОНОВА ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН У ЗАСТОСУВАННІ ЛОГІСТИКИ В ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	170
Наталя ПАРХАСЬВА, Марія КУЧЕРУК ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	174

Наталія ПАРХАЄВА, Олександр ПИШНЯК
НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ
ТА УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАНЬ
В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ 178

Марія ПЛОХОВА, Аліна НЕЧИПОРУК
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОГІСТИКИ: ВИКОРИСТАННЯ
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА BIG DATA 181

Єлизавета ПОГОНИШЕВА
ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В МІЖНАРОДНІЙ ЛОГІСТИЦІ
ТА ЇХ ВПЛИВ НА ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО 184

Ольга ПРИЙМУК, Владислав ВЕЧЕРЕНКО
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ
В ПАЛИВНОМУ СЕКТОРІ..... 186

Ольга ПРИЙМУК, Тетяна ВОЛОЩУК
ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ
ЗА УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ..... 188

Ольга ПРИЙМУК, Олег КАРПЕНКО
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ДРОНІВ І БЕЗПЛОТНОГО
ТРАНСПОРТУ ДЛЯ ДОСТАВКИ ВАНТАЖІВ 191

Анастасія ПРОСЯНЮК, Марина ЖАЛДАК
КАКАО-РИНОК: ВІД Ф'ЮЧЕРСІВ
ДО ПОЛИЦЬ МАГАЗИНІВ..... 194

Діана ПУШЕНКО, Аліна НЕЧИПОРУК
СИНЕРГІЯ ЛОГІСТИКИ ТА МАРКЕТИНГУ В ФОРМУВАННІ
СТРАТЕГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧА..... 198

Ірина РАГУЛІНА, Ігор ЧИГРИНОВ
ЗАКУПІВЕЛЬНА ЛОГІСТИКА ЯК СФЕРА ПОСТАЧАННЯ
ПІДПРИЄМСТВА..... 201

Анастасія РОМАНЕНКО, Марина ЖАЛДАК
РИНОК КВІТІВ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ,
СТРУКТУРА ІМПОРТУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 205

Наталія САВЧЕНКО, Роман САВЧЕНКО
РОЛЬ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИХ ДАНИХ У ФОРМУВАННІ
КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР 209

Ольга САМЧУК, Ірина ФЕДУЛОВА
ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СИСТЕМУ
РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ БІЗНЕСІВ 212

Марина СЕМИКІНА, Іван АНДРІЯШЕВСЬКИЙ
ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: РЕАЛІЇ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ З ПОЗИЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ 215

Марина СЕМИКІНА, Володимир ЧАЙКІН
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ
УКРАЇНИ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ..... 219

Ярослава СИРОТА, Марина ЖАЛДАК
БІРЖОВИЙ РИНОК КАВИ: ВІД ПЛАНТАЦІЇ
ДО Ф'ЮЧЕРСНОГО КОНТРАКТУ 222

Дарія СКРИПКОВСЬКА, Наталія БУНТОВА
РОЗРОБЛЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІДЕЙ
У СФЕРІ ДОГЛЯДОВОЇ КОСМЕТИКИ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ..... 226

Карина СОКОЛАН, Наталія БУНТОВА
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ
БІЗНЕС-ІДЕЇ У КРЕАТИВНОМУ ПРОСТОРИ 229

Ксенія СТЕПАНОВА, Наталія БУНТОВА
ЛОГІСТИЧНИЙ БІЗНЕС ЯК ПОТЕНЦІАЛ
ДЛЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ 231

Роман СУЩЕНКО
МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ
ПОСТАЧАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНСЬКИХ
РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ..... 233

Дарина ТЕЛКОВА
МІКРОЛОГІСТИКА ДЛЯ РИТЕЙЛУ: НОВІ ПІДХОДИ
ДО ДОСТАВКИ У МЕЖАХ МІСТА 238

Єлизавета ТОКАР
«ЗЕЛЕНА» ЛОГІСТИКА ЯК ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ
СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА 240

Ірина ШЕВЧУК
БЛОКЧЕЙН В УПРАВЛІННІ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК..... 243

Іван ШЕВЧУК
ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ НА РОЗВИТОК
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ 246

Олександр ШЕМІГОН
ПІДПРИЄМЕЦЬ І ПІДПРИЄМНИЦТВО:
ТЕОРЕТИКО-АНАЛІТИЧНІ ПІДХОДИ..... 249

Інеса ШЕПЕЛЬ
ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ: ПРОБЛЕМИ
ТА ВИКЛИКИ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В УКРАЇНІ..... 254

Артем ШЛАПАК
ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМАТІВ У РИТЕЙЛІ:
ВІД КВАДРАТНИХ МЕТРІВ ДО КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ 257

Діана ЯНОВСЬКА, Ілона КОЗІК, Наталія БУНТОВА
КЛЮЧОВІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ Б'ЮТІ-СФЕРИ В УКРАЇНІ 260

Юлія ЯСЬКО, Анна БЄЛІКОВА
РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ 262

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ БРЕНДИНГУ

Hanna DOROSHUK
INTELLIGENT AGENTS ON PLATFORMS: NEW PRACTICES
OF INTERACTION BETWEEN BUSINESS AND CONSUMERS..... 266

Dmytro VAKULENKO, Viktoriia KARMAZINOVA
VISUAL TECHNOLOGIES IN CREATING BRANDED CONTENT 268

Oksana HOLIK, Kateryna BOGATYROVA ETHICAL MARKETING: HOW THE NEW GENERATION IS CHANGING THE REQUIREMENTS FOR BRANDS.....	270
Vlada KATSAN SOCIAL MEDIA AS A MARKETING TOOL.....	272
Alina OSYNTSEVA, Viktoriia SHAPOVALOVA MARKETING POSITIONING STRATEGIES FOR GROUP B VITAMINS IN THE ANTI-TUBERCULOSIS PHARMACOTHERAPY NICHE	276
Valeriia FEDORCHUK OMNICHANNEL MARKETING AS A STRATEGY FOR BUILDING A RESILIENT BRAND	281
Tetiana CHUNIKHINA RESEARCH ON GENERATION «Z» IN MARKETING	284
Анастасія АРТЮХ, Тетяна ЧУНІХІНА ВИКОРИСТАННЯ АНАЛІТИКИ КЛІЄНТСЬКИХ ДАНИХ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ РИЗИКУ ВІДТОКУ СПОЖИВАЧІВ У ПІДПИСНИХ МОДЕЛЯХ БІЗНЕСУ	287
Наталя БАБКО ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В УМОВАХ НОВИХ СПОЖИВЧИХ ОЧІКУВАНЬ.....	290
Марія БАЛАЗЮК, Данило СІДЄЛЬНІКОВ РОЛЬ ЧАТ-БОТІВ У ПРЯМОМУ МАРКЕТИНГУ ТА КОСМЕТИЧНІЙ ГАЛУЗІ.....	294
Карина БЕЛЕЙ ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МІЖ БРЕНДОМ І СПОЖИВАЧЕМ.....	298
Альона БІЛИК, Данило СІДЄЛЬНІКОВ ВПЛИВ ПОКОЛІННЄВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НА СПРИЙНЯТТЯ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГУ	300

Софія БОЯРКІНА ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ПОШТОВО- ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ: НА ПРИКЛАДІ MEEST.....	304
Ганна БУГЛАК, Вікторія КАРМАЗІНОВА СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО БРЕНДИНГУ	306
Анастасія БУХАРЄВА, Ольга ЧЕРНИШ АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ БІЗНЕСУ ДО УМОВ ВОЄННОГО ЧАСУ	310
Єлизавета БУЦ, Тетяна ЧУНІХІНА ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТІВ У БІЗНЕСІ: МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ ТА АНАЛІТИКИ КЛІЄНТСЬКИХ ДАНИХ.....	313
Тетяна ВИДРИЧ, Любов ВАСИЛИШИНА ВПЛИВ КРИЗОВИХ ПЕРІОДІВ НА КУПІВЕЛЬНУ ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ	316
Валерія ВОРОБІЙОВА, Любов ВАСИЛИШИНА СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ СИЛЬНОГО БРЕНДУ.....	319
Кіра ГАРБАР ЗАСОБИ ЗАЛУЧЕННЯ АУДИТОРІЇ В ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ: ТЕХНОЛОГІЇ І ПРАКТИКИ	322
Анжеліка ГЕРАЙМОВИЧ СПОНСОРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ В ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ	325
Вікторія ГНИСЮК ВПЛИВ БРЕНДОВИХ ЦІННОСТЕЙ НА ЦІНОУТВОРЕННЯ.....	328
Оксана ГОЛІК, Катерина ГОЛІК МАРКЕТИНГ ПОКОЛІННЯ ALPHA: ЯК ЗАЛУЧАТИ НАЙМОЛОДШИХ СПОЖИВАЧІВ	331

Дмитро ГОЛОВАНЬ, Любов ВАСИЛИШИНА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В E-COMMERCE	333
Софія ГОЛОВЯНКО, Анна ПОСТОРОНКО АДАПТАЦІЯ ІВЕНТ-ПОДІЙ ПІД ЧАС ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ.....	337
Олексій ГОРОБЕЦЬ РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО БРЕНДИНГУ В ФОРМУВАННІ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧІВ.....	340
Тетяна ГРИГОРЧУК, Вікторія КАРМАЗІНОВА МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ БРЕНДИНГУ	342
Вероніка ГУТНІЧЕНКО, Тетяна СУСЛОВА ХАРАКТЕРИСТИКИ СКЛАДОВИХ УСПІШНИХ БРЕНДІВ НА КОНДИТЕРСЬКОМУ РИНКУ	346
Ксенія ДОЛЯ, Анжеліка ЧЕПЕЛЕНКО ДИНАМІЧНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПОСЛУГ З ПЕРЕВЕЗЕННЯ НА ТАКСІ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ.....	350
Анастасія ЖОВТА ТРАДИЦІЙНІ ТА ЦИФРОВІ КАНАЛИ ПРОСУВАННЯ ПОДІЙ.....	352
Дар'я ЖУКОВА ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК ФОРМА ЕМОЦІЙНОГО ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ	354
Олена ЗАЙЦЕВА, Єлизавета БУЦ ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МАРКЕТИНГУ	356
Олена ЗАЙЦЕВА, Валерія ГЕРМАНОВА ПРОГНОЗУВАННЯ ВПЛИВУ ІНФЛЮЕНСЕРІВ НА КУПІВЕЛЬНУ ПОВЕДІНКУ ОНЛАЙН-АУДИТОРІЇ.....	358

Олена ЗАЙЦЕВА, Валерія ЛОСЄВА ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ПОКОЛІННЯ АЛЬФА.....	361
Олена ЗАЙЦЕВА, Софія УСАЧОВА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ПРОГНОЗУВАННІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ.....	364
Олена ЗАЙЦЕВА, Марія ЮХНЕНКО ПРОГНОЗУВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА ЕТАПАХ ЦИФРОВОГО ШЛЯХУ	368
Галина ЗАПША, Іван ЗАЙЦЕВ КЛАСИФІКАЦІЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ.....	371
Єлизавета ІВАНОВА ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕМОЦІЙНОГО БРЕНДИНГУ	374
Олег КАЛІНІЧЕНКО, Марина ЗЕЛЕНА HR-МАРКЕТИНГ: ПРОСУВАННЯ РОБОТОДАВЦЯ НА РИНКУ ПРАЦІ	377
Олександр КАРКУШКА ВИКОРИСТАННЯ АРХЕТИПІВ У ПОБУДОВІ БРЕНДІВ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	380
Вікторія КАРМАЗІНОВА, Марія ЮХНЕНКО ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ В МАРКЕТИНГУ: ЯК БРЕНДИ «ЧИТАЮТЬ» СПОЖИВАЧІВ	382
Єлизавета КІБЕЦЬ, Анжеліка ЧЕПЕЛЕНКО БРЕНДИНГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ЯК НЕЙРОМАРКЕТИНГ ФОРМУЄ СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДІВ У СОЦМЕРЕЖАХ	386
Ганна КЛИМЕНКО, Олег ЛИГА СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ АДАПТИВНОГО СПОРТУ	388
Поліна КЛИМЕНКО, Тетяна ЧУНІХІНА РОЛЬ BIG DATA В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ	391

Володимир КОЖЕМ'ЯКО
ЕВОЛЮЦІЙНІ СТРУКТУРНО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ЕТАПІВ
РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В БІБЛІОТЕЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
ТА ОЦІНЮВАННЯ ПОТОЧНОГО СТАНУ ПРОБЛЕМИ..... 395

Михайло КОНКІН
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІЗУАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ
В ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ 398

Анна КОСТЕНКО
РОЛЬ ТА СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ В МАРКЕТИНГУ 399

Богдан КРИВОШЕЙ, Володимир САМЧУК
БРЕНДИНГ І ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ:
КЕЙСИ СОСА-COLA ТА BURGER KING 403

Ілона ЛЕВИЦЬКА
АТРИБУТИ БРЕНДУ ТЕРИТОРІЇ НА ПРИКЛАДІ м. ВІННИЦЯ 406

Вікторія ЛЕВЧЕНКО, Вікторія КАРМАЗІНОВА
ЦИФРОВИЙ БРЕНДИНГ В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА:
ІНСТРУМЕНТИ, СТРАТЕГІЇ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ
ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА 408

Вікторія ЛЕВЧЕНКО, Данило СІДЄЛЬНИКОВ
ПЕРСОНАЛІЗОВАНИЙ ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ
ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОСИЛЕННЯ БРЕНДУ: ТЕХНОЛОГІЇ,
ПЛАТФОРМИ, ЕФЕКТИВНІСТЬ 411

Олена ЛИТОВЧЕНКО, Валерія КИРИЧЕНКО
КРОС-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ
У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ..... 414

Валерія ЛЮТА
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ЕМОЦІЙНОГО ЗАЛУЧЕННЯ
СПОЖИВАЧІВ..... 416

Ангеліна МАЗУРОК
РОЗВИТОК НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ МАРКЕТИНГУ
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ 418

Анастасія МАЛИНКА, Данило СІДЄЛЬНІКОВ
ЕМОЦІЙНИЙ ТАРГЕТИНГ У МАРКЕТИНГУ:
АДАПТАЦІЯ КОМУНІКАЦІЇ ДО ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ
СПОЖИВАЧА В РЕАЛЬНОМУ ЧАСІ..... 420

Анастасія МАЛИНКА, Тетяна ЧУНІХІНА
ОПТИМІЗАЦІЯ КЛІЄНТСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ:
ВИКОРИСТАННЯ ЕФЕКТУ ПІГМАЛІОНА
ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ДО БРЕНДУ 423

Марина МЕЛЬНИК, Олена КОРОВІНА
ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ
ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА 426

Юлія МЕНЖЕГА
ЯК ВЕЛИКІ КОМПАНІЇ ВИКОРИСТОВУЮТЬ
ІВЕНТ-ЗАХОДИ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІЛЕЙ..... 428

Олена МИРЗА, Ольга ЧЕРНИШ
ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОГО БРЕНДИНГУ
НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА 430

Аміна МІР САНЖАРІ
ЗАКОНОДАВЧЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГУ 434

Аміна МІР САНЖАРІ
РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ
БРЕНД-ІДЕНТИЧНОСТІ..... 436

Анна МОСКАЛИК, Тетяна ЧЕРНИШ
ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA В МАРКЕТИНГУ
ТА БРЕНДИНГУ 439

Даніїл НІКОЛАЄВ
ПЛАНУВАННЯ БЮДЖЕТУ ЦИФРОВОЇ РЕКЛАМИ 441

Діана ОНОПРІЄНКО
РОЛЬ ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ В ФОРМУВАННІ
ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ..... 444

Ніна ПАВЛШИНА, Евіліна БЕДЕНКО МЕРЧАНДАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ВПЛИВУ НА СПОЖИВЧУ ПОВЕДІНКУ	446
Владислав ПАНЧЕНКО ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ	448
Наталя ПАРХАСЬВА, Катерина КОВБАСЮК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ.....	450
Наталя ПАРХАСЬВА, Аліна САНДУ СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА ТА СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ТОРГОВЕЛЬНИХ ФОРМАТІВ	453
Олександра ПІСКУН, Ольга ЧЕРНИШ РОЛЬ CRM-СИСТЕМ У ПІДВИЩЕННІ ЛОЯЛЬНОСТІ ДО БРЕНДУ.....	457
Анастасія ПІДЧИБІЙ, Ольга ЧЕРНИШ СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА ПІД ЧАС ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	460
Ігор ПОНОМАРЕНКО, Дмитро ПОНОМАРЕНКО ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПОКОЛІНЬ АЛЬФА ТА БЕТА.....	464
Михайло РОГОЖИНСЬКИЙ, Вікторія КАРМАЗІНОВА ІНСТРУМЕНТИ ЕМОЦІЙНОГО БРЕНДИНГУ У ФОРМУВАННІ СПОЖИВЧОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ.....	466
Владислав РОЖДЕСТВЕНСЬКИЙ ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ.....	470
Софія САВШАК, Ірина КОРОБЕР PRICE.UA: ХАРАКТЕРИСТИКА ОДНОГО З ПРОВІДНИХ ПРАЙС-АГРЕГАТОРІВ УКРАЇНИ	472

Юлія САЛАМАХА, Тетяна ЧУНІХІНА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ВЕРШКОВОГО МАСЛА.....	474
Галина САЛАТА МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ БРЕНДИНГУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ, БІБЛІОТЕЧНІЙ ТА АРХІВНІЙ СПРАВІ.....	479
Ільяс СБЕХАТ, Володимир САМЧУК МУЛЬТИСЕНСОРНИЙ БРЕНДИНГ У СУЧАСНОМУ СПОЖИВЧОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	482
Антоніна СІКОРСЬКА ІВЕНТ ЯК СПОСІБ ПРИВЕРНУТИ УВАГУ ДО БРЕНДУ.....	485
Назарій СКОЧИЛАС МАРКЕТИНГОВЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ В УМОВАХ ВИСОКОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	486
Владислав СЛІПЧЕНКО ДРОПШИПІНГ ЯК МОДЕЛЬ ДИСТРИБУЦІЇ НА РИНКУ В2В	489
Анастасія СМІРНОВА СТРАТЕГІЇ ВИЖИВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ: КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ У КРИЗОВИХ УМОВАХ.....	492
Карина СОКОЛАН ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ	494
Людмила ВЛАСЕНКО, Інна ТРИГУБ ВПЛИВ БРЕНДИНГУ НА ГРОМАДЯН УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	497
Азіз ТОДЖІБОЄВ, Тетяна ЧУНІХІНА МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ АПТЕЧНОГО БІЗНЕСУ	500
Софія УСАЧОВА, Тетяна ЧУНІХІНА ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA В МАРКЕТИНГУ.....	504

Анастасія ФАРЕНЮК
ЗАСОБИ ЗАЛУЧЕННЯ АУДИТОРІЇ В ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ:
ЄДИНИЙ ВІРТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР ТА VR-ОКУЛЯРИ..... 506

Анна ФЕДАШ
ЕМОЦІЙНІ ЗАСОБИ В ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ 509

Анна ФЕДОРЕНКО
СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕНДЕНЦІЇ 511

Анастасія ХОМ'ЯКОВА
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ EVENT-МАРКЕТИНГУ 514

Софія ШАМРАЙ
ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ БРЕНДУ В INSTAGRAM:
ТРЕНДИ ТА СПРИЙНЯТТЯ СЕРЕД ПОКОЛІННЯ ЗУМЕРІВ..... 515

Алла ШИМКО
ГЕДОНІЧНІ ТРИГЕРИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ:
ФОРМУВАННЯ КУПІВЕЛЬНИХ НАМІРІВ У СОЦМЕРЕЖАХ 518

Ірина ШУРИГА
ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГУ
В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ 521

Марія ЮХНЕНКО, Тетяна ЧУНІХІНА
ВЕБНАЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ
ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ 523

МИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Oksana ZOLOTAROVA, Taras KARAVAYEV
THE ROLE OF AEO IN THE NEW RISK-BASED EU
CUSTOMS ECOSYSTEM 527

Людмила АЛЕКСЕЄНКО, Оксана ТУЛАЙ
МИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ: ФІНАНСОВИЙ
ВЕКТОР ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 530

Анастасія ВАГІНА
ПЕРСПЕКТИВИ ПРИЄДНАННЯ УКРАЇНИ
ДО МИТНОГО СОЮЗУ ЄС 532

Ольга ІВАНИШИНА, Анастасія КУПРІЯНОВА
ІНСТИТУТ МИТНИХ БРОКЕРІВ ТА ЙОГО РОЛЬ
У ПРОЦЕСАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ 535

Ніна КАЛУГА, Валентина ПОЛЮГА
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ МАГАЗИНАМИ
БЕЗМИТНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 539

Катерина ПАШІЙ, Марина ЖАЛДАК
МИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 542

Поліна ЗУБРИЧ
ГАРМОНІЗАЦІЯ МИТНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ
З ПРАВОМ ЄС 544

Тетяна ТУЧАК, Софія ДАНИЛЕНКО
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СУД СПРАВЕДЛИВОСТІ ТА ЙОГО РОЛЬ
У РЕГУЛЮВАННІ ПОДАТКОВИХ СПОРІВ 548

УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ТА ЯКІСТЮ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Iryna GONCHAROVA, Bouchta SAHRAOUI
APPLICATION OF LASER-INDUCED BREAKDOWN
SPECTROSCOPY (LIBS) FOR WATER QUALITY
MONITORING 552

Dmytro VAKULENKO, Tetiana CHUNIKHNA
CONSUMER CONFIDENCE ANALYSIS TECHNOLOGIES IN
SOCIAL MEDIA FOR BRAND REPUTATION MANAGEMENT 554

Світлана БЕЛІНСЬКА
ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОСТЕЖУВАНOSTІ
У СФЕРІ ОБІГУ ТОВАРІВ 557

Микола БОРОДАВКІН, Наталія ОМЕЛЬЧЕНКО ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТВЕРДОГО МИЛА.....	559
Олена БУНАТЯН, Наталія ОМЕЛЬЧЕНКО ВПЛИВ КОМПОНЕНТІВ ДИТЯЧИХ КРЕМІВ НА ЇХ БЕЗПЕЧНІСТЬ.....	563
Мирослав ДОМАШЕВСЬКИЙ ВИЗНАЧЕННЯ ВМІСТУ ПЛАСТИФІКАТОРА В КОМПОЗИЦІЯХ НА ОСНОВІ ПОЛІЛАКТИДУ	567
Дмитро ДРОЖЖИН, Лю ХАО СПОЖИВЧІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІСПАНСЬКОЇ СИРОКОПЧЕНОЇ КОВБАСИ	570
Артем КАРАПУТА, Наталія ОМЕЛЬЧЕНКО ЕВОЛЮЦІЯ ЗУБНИХ ЩІТОК: СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ.....	574
Наталія КОВАЛЬЧУК ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ	578
Катерина КОЛЄДІНА, Михайло МАЦОЛА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ.....	580
Олексій КОТОВ, Дмитро ДРОЖЖИН АСОРТИМЕНТ І ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА МІНЕРАЛЬНИХ ТА ГАЗОВАНИХ ВОД НА СУЧАСНОМУ РИНКУ	583
Сергій МАРКОВЕЦЬ, Володимир КОМАХА МОДИФІКОВАНИЙ СИЛОКСАНАМИ ПАКУВАЛЬНИЙ ПАПІР: ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ ТА ЕКОЛОГІЧНІСТЬ	587
Марина МАРТОСЕНКО, Наталія ЛИСЕНКО АСПЕКТИ СУДОВОЇ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ЕЛЕКТРОПОБУТОВИХ ПРИЛАДІВ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ВОЛОССЯМ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ	590

Марія МАТВІЄНКО
КОРПОРАТИВНА ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ..... 594

Галина МИХАЙЛОВА, Андрій СЛІЗКОВ
ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ШКІРЯНИХ РУКАВИЧОК..... 598

Сергій ОМЕЛЬЧЕНКО
ТЕРМОСТІЙКА ПОЛІМЕРНА ТАРА ЯК ЕЛЕМЕНТ СТАЛОГО
СПОЖИВАННЯ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 602

Валентина ОСІЄВСЬКА, Валерія ВОЛОШИНА
РОЛЬ СТАНДАРТУ ISO 9001:2015 У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
СТАБІЛЬНОЇ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА УКРАЇНСЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ 605

Валентина ОСІЄВСЬКА, Микола СЕМЕНІК
ДІАГРАМА «РИБ'ЯЧОЇ КІСТКИ» ЯК ІНСТРУМЕНТ
ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ СОКІВ 609

Дарина ПАЛІЙ, Галина МИХАЙЛОВА
СУМКИ-ШОПЕРИ: НАУКОВА КЛАСИФІКАЦІЯ 612

Олена СИДОРЕНКО, Олександр ЩЕРБАКОВ
ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ РИБНОЇ СИРОВИНИ В УКРАЇНІ:
ВИКЛИКИ ТА ПОТЕНЦІАЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА.. 616

Олена СІМ'ЯЧКО
БЕЗПЕЧНІСТЬ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ..... 620

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Liudmyla VLASENKO, Inna TRYHUB
COMPARATIVE ANALYSIS OF CONSUMER PROTECTION
IN THE UNITED KINGDOM AND UKRAINE 624

Андрій ГАЛУШКІН
ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ 627

Володимир ІНДУТНИЙ, Ніна МЕРЕЖКО, Катерина ПІРКОВІЧ ВИДОВА СПЕЦИФІКА ПАМ'ЯТОК КУЛЬТУРИ У ПРАКТИЦІ ОЦІНОЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	631
Марія КОЛОМІЄЦЬ, Ольга СОНЮК ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ СПОЖИВАЧА ЯК ЗАПОРУКА СТАБІЛЬНОСТІ ТА БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ	635
Анастасія КОРНІЄНКО, Ольга СОНЮК ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ ТА ВРЕГУЛЮВАННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧА В ІНТЕРНЕТІ	638
Наталія ПРИТУЛЬСЬКА, Дмитро АНТЮШКО МОДЕРНІЗАЦІЯ ПОЛОЖЕНЬ НОВОЇ РЕДАКЦІЇ ЗАКОНУ УКРАЇНИ «ПРО ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ»	642
Євгенія ТИМОШЕНКО МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД У СФЕРІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ	645
Аліна ЧЕРВОНЕНКО ГРІНВОШІНГ ЯК ГЛОБАЛЬНА ЗАГРОЗА ПРАВАМ СПОЖИВАЧІВ: ПОНЯТТЯ ТА МЕТОДИ ПРОТИДІЇ	649
Софія ШАМРАЙ, Тетяна ЧУНІХІНА ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧА У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБОРУ ТА ОБРОБКИ ДАНИХ.....	654
Альона ШОЛОМОК, Тетяна ЧУНІХІНА ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ.....	657
Ілона ШУДРАК, Любов ВАСИЛИШИНА ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН СПОЖИВАЧІВ	661

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЕКОСИСТЕМ

Diana FAYVISHENKO, Artem MELNIKOV
DIGITAL TRANSFORMATION OF FASHION
CONSUMER BEHAVIOR 665

Надія БАЧИНСЬКА
СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЕКОСИСТЕМ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ СПРАВИ..... 668

Аліна ВОЛОШИН
ГЛОБАЛЬНІ БРЕНДИ ЯК РУШІЙ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ
СПОЖИВЧОЇ КУЛЬТУРИ..... 671

Олена ЗАЙЦЕВА, Софія ШАМРАЙ
ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ РІЗНИХ ПОКОЛІНЬ
У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ВИКЛИКИ ДЛЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРАТЕГІЙ 673

Ярослав ЩЕНКО
КОЛЕКТИВНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ФОРМА СОЦІАЛЬНОЇ
ВЗАЄМОДІЇ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ЕКОСИСТЕМІ 676

Юрій КЕРНАСЮК
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВИХ ЕКОСИСТЕМ НА ОСНОВІ
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ 685

Алла ЛАТИГІНА, Наталія ЛАТИГІНА
МОВНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ
КОМУНІКАЦІЇ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА МЕХАНІЗМИ
МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ 682

Володимир МІРОНОВ
ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ 689

Петро ПЕРЕРВА, Ольга ЛЕГА
КОМУНІКАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ІНКЛЮЗИВНИХ
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЕКОСИСТЕМ: БАР'ЄРИ
ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ 693

Вікторія ТЕРЛЕЦЬКА, Андрій ОСЕРЕДЧУК
ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНОВИДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ УПРАВЛІННІ ЗМІНАМИ..... 697

Елеонора ЧЕРНОДУБОВА
ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ФІНАНСОВОЇ
БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ..... 700

Даниїла ШЕВЧЕНКО
ВПЛИВ РЕПУТАЦІЙНИХ РИЗИКІВ НА ВАРТІСТЬ КАПІТАЛУ:
ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КОРПОРАЦІЙ 702

Людмила АЛЕКСЕЄНКО,

д-р. екон. наук, проф.,

Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Західноукраїнського національного університету, Україна

(<https://orcid.org/0000-0002-8256-5587>)

Оксана ТУЛАЙ,

д-р. екон. наук, проф.,

Західноукраїнський національний університет, Україна

(<https://orcid.org/0000-0002-5588-7046>)

МИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ: ФІНАНСОВИЙ ВЕКТОР ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Євроінтеграція України є стратегічним пріоритетом, що охоплює трансформацію базисних сфер державного управління, включаючи митну політику, для забезпечення відповідності стандартам Європейського Союзу (ЄС) [1, с. 166–177]. За період 2014–2024 років Україна виконала 81% зобов'язань за Угодою про асоціацію з ЄС, причому митна сфера є одним із лідерів із показником виконання 91%. У 2024 році цей напрям продемонстрував рекордний приріст (+30%), що свідчить про системний прогрес у гармонізації митних процедур [2].

У 2025 році скринінг українського законодавства за Розділом 29 «Митний Союз» у Брюсселі підтвердив високий рівень відповідності стандартам ЄС, що було відзначено європейськими експертами. Попередній звіт Європейської Комісії також підкреслює провідну позицію України в цьому напрямі.

У контексті переговорної рамки ЄС для України, схвалення Кабінетом Міністрів України 14 травня 2025 року Дорожніх карт трансформацій у сферах верховенства права, державного управління та демократичних інституцій стало важливим кроком до відкриття переговорів за Кластером 1 «Основи процесу вступу до ЄС» (Fundamentals) [3]. Дорожні карти сформовано в інклюзивному діалозі з громадянським суспільством, парламентом та з урахуванням рекомендацій Європейської Комісії. Вони синхронізовані з міжнародними зобов'язаннями України, включаючи Угоду про асоціацію з ЄС, та національними стратегічними документами, такими як Національна стратегія доходів.

Дослідженням Європейського інституту державного управління визначено стратегічні плани, такі як Дорожні карти, що підвищують ефективність реформ на 35% за рахунок узгодженості дій між державними інституціями та стейкхолдерами. Україна активно застосовує

процедуру спільного транзиту (NCTS) із 36 країнами, що є частиною «митного безвізу». У I кварталі 2025 року Державна митна служба (ДМСУ) оформила 25,8 тис. транзитних декларацій, що на 2 тис. більше, ніж у попередньому кварталі. З жовтня 2022 року оформлено понад 162 тис. декларацій, що свідчить про активне використання процедури бізнесом [2].

У ракурсі фінансового вектора євроінтеграції для підвищення прозорості та спрощенню митних процедур з 19 квітня 2025 року вступили в дію нові зміни до Митного кодексу, які включають:

- гармонізацію реєстру сортувальних станцій із Законом «Про публічні реєстри»;
- розширення переліку органів, уповноважених на спрощене декларування військової техніки (Національна гвардія, СБУ, Національна поліція);
- звільнення від відповідальності за порушення митних правил у разі передачі транспортних засобів на потреби оборони;
- імплементацію окремих положень Митного кодексу ЄС, зокрема щодо авторизацій.

Для митної політики України це означає створення прозорої та передбачуваної системи реформ, що сприяє гармонізації з нормами ЄС.

Список використаних джерел

1. Tulai, O., Alekseyenko, L., Dmytryshyn, M., Yatsukh, R., Zapolskyi, O., Bilan, O. (2025). Adaptive Information of the Financial System to the Challenges of Global Uncertainty. In: Hamdan, R.K. (eds) *Tech Fusion in Business and Society. Studies in Systems, Decision and Control*, vol 234, pp. 165–178. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-84636-6_14
2. Митний огляд «Українська митниця: розвиток попри війну» за I квартал 2025 року. URL:https://mof.gov.ua/uk/news/mitnii_ogliad_ukrainska_mitnitsia_rozvitok_popri_viinu_za_i_kvartal_2025_roku_prezentatsiia-5118 (дата звернення: 17.05.2025).
3. ЄС за першим Кластером. URL:<https://eu-ua.kmu.gov.ua/news/ukrayina-zavershyla-vnutrishnoderzhavni-protsedury-dlya-vidkryttya-peremovyn-z-yes-za-pershym-klasterom/> (дата звернення: 17.05.2025).

Наукове електронне видання

**ПІДПРИЄМНИЦТВО,
ТОРГІВЛЯ, МАРКЕТИНГ:
СТРАТЕГІЇ, ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ VIII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 21 травня 2025 р.)

(Укр. та англ. мовами)

Видавець і виготовлювач
Державний торговельно-економічний університет
вул. Кіото, 19, м. Київ-156, Україна, 02156
Тел. (044) 513 74 18
Електронна пошта: knute@knute.edu.ua
259E-2025

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 7656 від 05.09.2022