

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Сумський державний університет

**Економічні проблеми сталого розвитку**  
**Economical Problems of Sustainable Development**



**Матеріали**  
Міжнародної науково-практичної конференції студентів та  
молодих вчених імені професора Балацького О. Ф.  
(Україна, Суми, 28 – 29 квітня 2020 р.)

Суми  
Сумський державний університет  
2020

УДК [330.34+330.336](063)  
Е45

Рецензенти:

*Л. Л. Гриценко* – доктор економічних наук, професор кафедри фінансів і підприємництва у навчально-науковому інституті фінансів, економіки та менеджменту імені Олега Балацького у Сумському державному університеті;

*Є. В. Мишенін* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування навчально-наукового інституту ФЕМ Сумського державного університету;

*Рекомендовано вченою радою  
Сумського державного університету  
(протокол № 13 від 26 червня 2020 р.)*

**Е45 Економічні проблеми сталого розвитку:** матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених імені професора Балацького О. Ф. «Економічні проблеми сталого розвитку» / за заг. ред.: Т. А. Васильєвої, О. В. Шкарупи – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 407 с.

До збірника ввійшли матеріали щорічної науково-практичної конференції «Економічні проблеми сталого розвитку» імені проф. О.Ф. Балацького, в яких наведені результати наукових досліджень, виконаних молодими вченими та студентами різних країн із наукових напрямів, пов'язаних з економічними, управлінськими проблемами сталого розвитку в різних сферах актуальних наукових досліджень та практичній діяльності інститутів та сучасних організацій.

Для науковців, викладачів вищих навчальних закладів, студентів, аспірантів, докторантів та всіх, хто цікавиться науково-практичними проблемами сучасної економіки й теорії управління.

The collection consists of materials from annual International scientific-practical conference “Economic Problems of Sustainable Development”, but this year it’s devoted to 80-years anniversary of Prof. Oleg F. Balatsky to his memory. The abstracts represent the results of scientific research applied in different countries in different spheres corresponded to the economic and managerial problems of sustainable development of actual activities of the institutions and modern organizations.

The conference is intended for academic scholars, scientists, representatives of HEIs, students, Ph. D. students, Post-Docs and all who is interested in scientific and practical problems of modern economics and management.

**УДК [330.34+330.336](063)**

© Колектив авторів, 2020

© Сумський державний університет, 2020

## ЗМІСТ

<i>Александров В.Т., Охрімчук Є.І.</i>	<b>СУЧАСНІ ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БЛОКЧЕЙН</b>	15
<i>Александров В.Т., Фоменко А.</i>	<b>УДОСКОНАЛЕННЯ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ</b>	17
<i>Антонюк Н.А., Дарченко К.А., Золотар О.А.</i>	<b>АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РИНКУ ОБДП В УКРАЇНІ</b>	19
<i>Гриценко Л.Л., Баранова К.І.</i>	<b>АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ</b>	21
<i>Гриценко Л.Л., Басанець І.В.</i>	<b>ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	24
<i>Гриценко Л.Л., Шамкало К.Ю.</i>	<b>ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ В ПРИЗМІ МІЖНАРОДНИХ РЕЙТИНГІВ ТА ІНДЕКСІВ</b>	27
<i>Жукова Т.А., Басанець І.В.</i>	<b>ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ</b>	30
<i>Жукова Т.А., Заяць А.І.</i>	<b>ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ МСФЗ В УКРАЇНІ</b>	33
<i>Жукова Т.А., Лисенко Д.В.</i>	<b>ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ НА СУМЩИНІ. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ</b>	35
<i>Жукова Т.А., Москаленко В.О.</i>	<b>ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ</b>	37
<i>Жукова Т.А., Рибалко А.С.</i>	<b>УПРАВЛІНСЬКІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В АНАЛІЗІ ТА АУДИТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ</b>	40
<i>Жукова Т.А., Соломко Ю.О.</i>	<b>ДІЯЛЬНІСТЬ АУДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ «ВЕЛИКОЇ ЧЕТВІРКИ»: ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ</b>	42
<i>Зайцев О.В., Бакун Ю.В.</i>	<b>ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ</b>	44

<i>Зайцев О.В., Броннікова Л.О.</i>	<b>АГРЕГАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ АНАЛІЗУ ТА ДІАГНОСТИКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>	46
<i>Зайцев О. В. Кордас А.Р.</i>	<b>ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО ІГРОВОГО РИНКУ ТА ЕЛЕКТРОННІ ІГРИ З ТОЧКИ ЗОРУ БІЗНЕС-АКТИВУ</b>	49
<i>Зайцев О.В., Ляшко О. В.</i>	<b>ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ</b>	52
<i>Зайцев О.В., Степаненко Є.С. Zakharkin O.O.</i>	<b>СУЧАСНИЙ СТАН ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ</b>	55
<i>Eremenko A. Захаркіна Л.С., Нагорна В.О.</i>	<b>METHODS OF BUSINESS VALUATION</b>	58
<i>Захаркіна Л.С. Новіков В.М.</i>	<b>ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УКРАЇНІ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ</b>	60
<i>Ілляшенко К.В., Ляшко О.В.</i>	<b>МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ ЛІЗИНГ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ</b>	65
<i>Ілляшенко Т.О., Тесля Н.А.</i>	<b>ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ, ЩО ВИНИКАЮТЬ НА ШЛЯХУ УКРАЇНИ ДО ЄС</b>	67
<i>Кобушко І.М., заяць А.І.</i>	<b>ВПЛИВ БАНКІВСЬКОГО ФІНАНСУВАННЯ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА</b>	69
<i>Кобушко І.М., Захаркін О.О., Приходько К.Р.</i>	<b>ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ОСНОВНИХ ФОНДОВИХ ІНДЕКСІВ УКРАЇНИ</b>	71
<i>Котенко Н.В., Шамкало К.Ю.</i>	<b>АНАЛІЗ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА ФОНД ОПЛАТИ ПРАЦІ: ДОСВІД УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ</b>	73
<i>Kotenko N., Berestovska Yu.</i>	<b>IT COMPANIES TAXATION DEVELOPMENT PATHS: UKRAINE VS INDIA EXPERIENCES</b>	76
<i>Myronova A. M., Antonyuk N. A.</i>	<b>DEFINING FINANCIAL SECURITY OF THE STATE AS THE VULNERABILITY TO EXTERNAL FACTORS</b>	78

<i>Pokhylko S., Eremenko A.</i>	<b>DEVELOPMENT OF CASHBACK SERVICES IN E-COMMERCE</b>	81
<i>Похилько С.В., Миргородська В.С.</i>	<b>ФІСКАЛЬНІ ІНСТРУМЕНТИ У СФЕРІ РЕГУЛЮВАННЯ ПРИРОДООХОРОННОЇ І ЕКОЛОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	83
<i>Рубанов П.М., Гордєєва А.В.</i>	<b>ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ У ШЕРИНГОВІЙ ЕКОНОМІЦІ</b>	85
<i>Рубанов П.М., Ляшко О.В.</i>	<b>ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КРАУДІНВЕСТІНГУУ ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ</b>	87
<i>Рубанов П.М., Тесля Н.А.</i>	<b>СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ ЕКОНОМІКИ СПІЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ</b>	90
<i>Салтикова Г.В., Дворянова Т.В.</i>	<b>КАПІТАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ ФІНАНСУВАННЯ</b>	92
<i>Салтикова Г.В., Омельченко А.О.</i>	<b>АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ</b>	94
<i>Салтикова Г.В., Яременко А.Г.</i>	<b>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ</b>	96
<i>Самойлікова А.В., Кожушко С.В.</i>	<b>ПРОБЛЕМАТИКА ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ ДЕПОЗИТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ</b>	99
<i>Самойлікова А.В., Ткаченко Р.Р.</i>	<b>ПОДАТКОВИЙ РОЗРИВ ЯК ОДИН ІЗ НАЙВАЖЛИВІШИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ</b>	101
<i>Тютюнник І.В., Московченко А.А.</i>	<b>МЕХАНІЗМ ПРЕВЕНЦІЇ ТІНЬОВОГО ВИВЕДЕННЯ КАПІТАЛУ</b>	103
<i>Денисенко П.А., Глоба А.Е.</i>	<b>ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У СУМСЬКІЙ ТА ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТЯХ</b>	105
<i>Денисенко П.А., Саїдов А. Ш.</i>	<b>ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ У СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ</b>	106
<i>Хомутенко Л. І. Гончар А. Є.</i>	<b>ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ</b>	107

<i>Дерев'яно Ю. М., Лицман М. А., Світлична А. О.</i>	<b>СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ</b>	110
<i>Lukash O. A., Dun V. R.</i>	<b>HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN A CRISIS BASED ON HENRI FAYOL PRINCIPLES</b>	112
<i>Лукаш О. А., Дворянова Т. В.</i>	<b>АНАЛІЗ І ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОВАРООБОРОТУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ</b>	114
<i>Лукаш О. А., Лимар Б.А.</i>	<b>ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ</b>	116
<i>Лукаш О. А., Шмагун А. В. Voropenko V. I., Solodova E. D.</i>	<b>ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ЗАГРОЗИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ CONCEPT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN SPORTS</b>	119
<i>Таранюк Л.М., Єременко О.О., Клемберг А.С.</i>	<b>СТЕЙКХОЛДЕРСЬКІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ</b>	123
<i>Д'яконова І.І., Иценко Ю.В.</i>	<b>СТРУКТУРА ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ ЗА ОБЛАСТЯМИ УКРАЇНИ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ЗАКОРДОНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИХОДІ НА УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК</b>	125
<i>Д'яконова І.І., Зеніков Д.А.</i>	<b>АНАЛІЗ ФАКТОРІВ-ДЕСТИМУЛЯТОРІВ ПОПИТУ НА РИНКУ ТВЕРДОГО БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ</b>	127
<i>Карінцева О.І., Коваленко Є.В., Толок Т.С.</i>	<b>АНАЛІЗ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ</b>	130
<i>Байстрюченко Н.О., Тарасенко Д.Ю.</i>	<b>ІНДЕКС ДИСТАНЦІЇ ВЛАДИ ЯК ІМПАКТ-ФАКТОР ЛІДЕРСТВА</b>	132
<i>Швіндіна Г.О., Гура О.Ю.</i>	<b>ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ГЕОПРОСТОРОВИХ ФАКТОРІВ НА ЕКОЛОГІЧНУ, ЕКОНОМІЧНУ ТА ЕНЕРГЕТИЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕНЕРГОМЕРЕЖ</b>	134
<i>Матвєєва Ю.Т., Бурик К. С.</i>	<b>ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС- ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ</b>	136
<i>Павленко О.О., Максименко І.О.</i>		139

<i>Деміхов О.І., Самодай К.С.</i>	<b>ДОСВІД РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ПОЛЬЩІ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ НОВІ СТАНДАРТИ НАВЧАННЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ – ПРІОРИТЕТ ДЛЯ НАЦІОНАЛЬНОГО АГЕНТСТВА ДЕРЖСЛУЖБИ УКРАЇНИ ВІДНОВЛЮВАНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ: ЕКОЛОГІЧНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФАНДРАЙЗИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ДЕТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ПЛАНУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ ДЛЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ'Я В УКРАЇНІ</b>	142
<i>Деміхов О.І., Нестеренко М.</i>	<b>ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ІДЕАЛЬНОГО КЕРІВНИКА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА БАР'ЄРИ ЕФЕКТИВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ТА МОЖЛИВІ РІШЕННЯ ЩОДО ЇХНЬОГО ПОДОЛАННЯ ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ІНСТИТУТІВ</b>	144
<i>Жулавський А.Ю., Третьак Т.В.</i>		147
<i>Кобушко Я.В., Майборода О.В.</i>		149
<i>Кобушко Я. В., Валух А. В.</i>		152
<i>Деміхов О.І., Мальонкіна І.С.</i>		155
<i>Матвєєва Ю. Т., Лісовська Д.В.</i>		157
<i>Мартинець В.В., Пилипенко А.Ю.</i>		160
<i>Майборода Т. М., Алексенко В. О.</i>		162
<i>Воеводін О.С., Смоленніков Д.О.</i>		165
<i>Котенко С.І.</i>		168

<i>Опанасюк Ю.А., Марин М.В.</i>	<b>ТРАНСФОРМАЦІЇ, ПОВ'ЯЗАНІ З ВПРОВАДЖЕННЯМ ТЕХНОЛОГІЙ ІНДУСТРІЇ 4.0</b>	171
<i>Колосок С.І., Яценко Н.С.</i>	<b>АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ТОВ «СКНО РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКОВАНОГО ЗРОСТАННЯ: КЕЙС ТОВ «КЕРАМЕЙЯ»</b>	173
<i>Швіндіна Г.О., Куц В.О.</i>	<b>ЗАСТОСУВАННЯ КРАЩИХ ПРАКТИК ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ</b>	175
<i>Баранов А.В., Кубрак О.М.</i>	<b>ОПТИМІЗАЦІЯ ЗАДАЧ ПЛАНУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ВИРОБНИЦТВІ СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ</b>	178
<i>Петренко Н.О., Євдокимова А.В.</i>	<b>ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ВНУТРІШНЬО ВМОТИВОВАНИХ УЧАСНИКІВ КОМАНДИ</b>	181
<i>Лук'янихін В.О., Вовченко В.Р.</i>	<b>ПРИНЦИПИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ У СИСТЕМІ КООРДИНАТ «СУСПІЛЬСТВО-БІЗНЕС»</b>	183
<i>Лук'янихін В.О., Сагдуллаєв Х.</i>	<b>СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0 ТА 5.0</b>	185
<i>Дегтярьова І.Б., Биваліна Д.Р.</i>	<b>ТЕНДЕНЦІЇ СТАРІННЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ</b>	187
<i>Дворянова Т. В., Сотник І. М., Габенко М. М., Півень А.В., Мішенін Є. В.</i>	<b>КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>	190
<i>Герасименко В.В., Кільдей А.Д., Мішенін Є.В.</i>	<b>СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ЕКОЛОГО- ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В МЕХАНІЗМІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРОГОСПОДАРЮВАННЯ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ</b>	193
<i>Ярова І.Є., Іваненко О.В.</i>	<b>МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ПОЛЬЩЕЮ</b>	196
<i>Ярова І.Є., Луцій В.І.</i>	<b>ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН</b>	200
		202



<i>Оліхненко К.О., Степаненко Д.В., Мишенін Є.В.</i>	<b>ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО АПК</b>	204
<i>Олондар А. А., Сотник І. М.</i>	<b>ПЕРСПЕКТИВИ ВІДДАЛЕНОЇ РОБОТИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19</b>	207
<i>Обод І.В., Шкарупа О.В.</i>	<b>ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ НА ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ КЛІМАТИЧНИМИ ЗМІНАМИ</b>	209
<i>Тимошик Д.Д.</i>	<b>МІСЦЕ «ЗЕЛЕНИХ» ІНВЕСТИЦІЙ В МАЛОМУ ТА СЕРЕДНЬОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ</b>	211
<i>Ярова І.С., Васильченко О.В.</i>	<b>РОЛЬ АУТСОРСИНГУ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ</b>	213
<i>Вороненко В.І. Нестеренко В.О.</i>	<b>ЦІЛІ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ» НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА ГЛОБАЛЬНОМУ РІВНЯХ</b>	215
<i>Бондаренко Ю.Г.</i>	<b>РОЛЬ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ У КРИЗОВІЙ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ</b>	219
<i>Євдокимов А. В., Аль-Вхлілі Алі Хассан Джабур, Срібранець Ю. С., Дронь В.В.</i>	<b>ІНВЕСТИЦІЙНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ОСВІТИ ЗА ДОПОМОГОЮ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ВПЛИВОМ ДЕМОГРАФІЇ</b>	222
<i>Кульняк І.Я., Ярмола К.М.</i>	<b>ЛЬВІВЩИНА ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ РЕГІОН ДЛЯ РОЗВИТКУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ</b>	226
<i>Сабадаш В. В., Лимар Б. А.</i>	<b>ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИЙ КОНЦЕПТ СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН</b>	228
<i>Сабадаш В. В., Бабій Т. В., Гамалій Ю. М.</i>	<b>«ЗЕЛЕНІ» ОБЛІГАЦІЙ, ЯК ДРАЙВЕР СТАЛОГО РОЗВИТКУ</b>	231
<i>Сабадаш В. В., Пономаренко І. О.</i>	<b>«ЕФЕКТ ПРИМАНКИ» У ПОВЕДІНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ</b>	234

<i>Яценко В. В., Півень В.</i>	<b>CRM-СИСТЕМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ З КЛІЄНТАМИ ПІДПРИЄМСТВА</b>	236
<i>Чортюк Ю.В., Москаленко І.М.</i>	<b>РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ</b>	238
<i>Шкарупа О.В., Кучеренко П. В.</i>	<b>МОДЕРНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДОВКІЛЛЯ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ</b>	240
<i>Чортюк Ю.В., Нечипоренко Р.М.</i>	<b>ЗЕЛЕНІ «РОЗУМНІ» МІСТА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ</b>	243
<i>Коваленко Є.В., Солодова Є. Д.</i>	<b>КІБЕРФІЗИЧНІ СИСТЕМИ ЯК ВЕКТОР ФОРМУВАННЯ СЕСТЕЙНЕВОЇ ЕКОНОМІКИ</b>	246
<i>Чортюк Ю.В., Гончаренко О.С., Шпак А.І.</i>	<b>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ «РОЗУМНОГО» ТРАНСПОРТНО- ЛОГІСТИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА</b>	249
<i>Карпінченко О.І., Шпак А.</i>	<b>МАЙБУТНЄ ПАПЕРОВИХ ГРОШЕЙ</b>	251
<i>Шкарупа І.С.</i>	<b>ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ</b>	252
<i>Шкарупа О.В., Хурсенко А.С.</i>	<b>ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ</b>	255
<i>Ibraheem M. Aliyas</i>	<b>ECOLOGICAL - SOCIOECONOMIC IMPACTS OF MILITARY OPERATIONS IN IRAQ</b>	258
<i>Долгошеєва О.І.</i>	<b>ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ, ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ</b>	261
<i>Domashenko M.D. Burnakova V.S.</i>	<b>RISK MANAGEMENT IN INTERNATIONAL MARKETING</b>	264
<i>Хомутенко Л.І., Бондарець А.А.</i>	<b>СУТНІСТЬ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ УКРАЇНИ</b>	266
<i>Вергун А.А., Хомутенко Л.І.</i>	<b>ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМ ОСВІТИ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ</b>	269
<i>Хомутенко Л. І., Гончар А. Є</i>	<b>ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ</b>	272

<i>Таранюк Л.М., Єременко О.О., Клемберг А.С.</i>	<b>СТЕЙКХОЛДЕРСЬКІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ</b>	275
<i>Расько А.В., Тарасенко С.В.</i>	<b>СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ «STARBUCKS»</b>	277
<i>Хомутенко Л.І., Єременко О.О.</i>	<b>СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ РОЗБІЖНОСТІ В СТАВЛЕННІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ ДО МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ</b>	279
<i>Бондаренко С., Домашенко М.Д.</i>	<b>РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ В РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА</b>	282
<i>Летуновська Н.С., Кадуріна С.В.</i>	<b>ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ</b>	284
<i>Ус Я.О., Цуненко А.М.</i>	<b>МАРКЕТИНГОВІ ІНІЦІАТИВИ В РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО БРЕНДУ КРАЇНИ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА: СЛІДУВАННЯ ТЕНДЕНЦІЯМ ЗДОРОВОГО СПОЖИВАННЯ</b>	287
<i>Летуновська Н.С., Шумер Н.І.</i>	<b>СПІЛЬНЕ Й ВІДМІННЕ У ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ</b>	290
<i>Шафорост Ю.В., Пімоненко Т.В., Люльов О.В.</i>	<b>ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ</b>	294
<i>Телетов О.С., Захарченко Д.О.</i>	<b>СПІЛЬНЕ Й ВІДМІННЕ У КРЕАТИВНОМУ МАРКЕТИНГУ УКРАЇНИ І ТУРЕЧЧИНИ</b>	297
<i>Летуновська Н.С., Вакулішина І.М.</i>	<b>МАРКЕТИНГ ТОВАРИХ ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПРОВІДНОГО ПІДПРИЄМСТВА РЕГІОНУ</b>	299
<i>Teletov O.S., Proshunina A.A. Вакулішина І.М., Павлова А.С., Залуговська О.С., Хоменко Л.М.</i>	<b>METHODS FOR PRODUCING CREATIVE MARKETING IDEAS</b>	302
	<b>ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ В ПРОСУВАННІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ</b>	304

<i>Сигида Л.О., Ілляшенко А.Г. Москаленко А., Сагер Л. Ю. Телетов О.С., Шепілов Д.О. Сигида Л.О., Цуненко А.М.</i>	<b>SWOT-АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ ТУРИСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗНАЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ФУТБОЛЬНОГО КЛУБУ СУМЩИНИ АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПП ВТК «ЛУКАС» АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОПАГАНДИ ДОНОРСТВА В ЗАКЛАДАХ СЛУЖБИ КРОВІ У СВІТІ</b>	306  308 310 312
<i>Топтун Ю.М., Хоменко Л.М.</i>	<b>МАРКЕТИНГОВІ ПРИЙОМИ В АПТЕЧНОМУ БІЗНЕСІ</b>	315
<i>Цуненко А.М., Вода Г.М., Кадуріна С.В., Хоменко Л.М.</i>	<b>ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ УКРАЇНСЬКИМИ КОМПАНІЯМИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ БЛАГОДІЙНИХ ФОНДІВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ РІВЕНЬ ПОПУЛЯРНОСТІ ЗЕЛЕНОГО БРЕНДУ: АНАЛІЗ ПОШУКОВИХ ЗАПИТІВ ОНЛАЙН-КОРИСТУВАЧІВ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-АПТЕК МІСТА СУМИ ЧАТ-БОТ – НОВА ВЗАЄМОДІЯ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСОБІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ UAMADE ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО РИНКУ ДЕГРАДАЦІЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ CONTROL FREEDOM IN CHINA: CONSEQUENCES FOR INTERNATIONAL COMPANY</b>	317  319 322 325 329 331 333 335 338
<i>Колесник А.А., Летуновська Н.Є.</i>		
<i>Рибіна О.І., Косторнова С.О.</i>		
<i>Пімоненко Т.В., Лютьов О.В., Ус Я.О.</i>		
<i>Колесник А.А., Хоменко Л.М. Павленко М.С., Сагер Л.Ю.</i>		
<i>Колесник А.А., Сагер Л.Ю.</i>		
<i>Чигрин О.Ю., Млаабдал С.М.А.</i>		
<i>Івахненко О.М.</i>		
<i>Lazis P., Pimonenko T., Lyulyov O.</i>		

<i>Телетов О.С., Григоренко В.Ю.</i>	<b>МАРКЕТИНГ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ СТВОРЕННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД</b>	344
<i>Чуґрун О.У., Здоїта А.</i>	<b>GREEN COMPETITIVENESS: ASSESSMENT OF MODERN TRENDS</b>	347
<i>Чуґрун О.У., Шумер Н.</i>	<b>THE MAIN DETERMINANTS OF GREEN COMPETITIVENESS</b>	349
<i>Mlaabdal S.M.A., Borovyk O.V.</i>	<b>THE WAYS FOR IMPROVEMENT THE STATE REGULATION SYSTEM OF NATIONAL ECONOMY</b>	352
<i>Us Ya., Koroshchenko V.</i>	<b>POSITIONING AS AN ELEMENT OF BRANDING SYSTEM</b>	355
<i>Телетов О.С., Тонкошкур Б.С.</i>	<b>ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ (НА ПРИКЛАДІ ВИРОБНИКА СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»)</b>	358
<i>Коробець О.М., Коренева А.С.</i>	<b>ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МАРКЕТИНГУ І СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО РИЗИК- МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ</b>	360
<i>Корощенко В.О., Сагер Л.Ю.</i>	<b>СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РЕКЛАМНОЇ ЕТИКИ ТА ЇХ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ</b>	362
<i>Сигида Л.О., Вода Г.М.</i>	<b>АНАЛІЗ МЕРЧАНДАЙЗИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	364
<i>Телетов О.С., Павлова А.С.</i>	<b>ОСНОВНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТОРГОВИХ МЕРЕЖАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ</b>	367
<i>Deineka M., Pitonenko T., Lyulyov O.</i>	<b>HR MANAGEMENT CONSIDERING RACE, GENDER, AND SOCIAL STATUS</b>	369
<i>Півень Д.А.</i>	<b>ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК СПОСІБ ПРОТИДІЇ МІГРАЦІЇ ТА ЕФЕКТУ «BRAIN WASTE»</b>	372
<i>Швіндіна Г.О., Куц В.</i>	<b>РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ КООПЕТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ: КЕЙС ТОВ «КЕРАМЕЙЯ»</b>	374

<i>Люльов О.В., Ус Я.О., Гусейнадзе К. Р. огли</i>	<b>ТУРИСТИЧНИЙ СЕКТОР ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ</b>	377
<i>Люльов О.В., Ус Я.О., Дубина В.В.</i>	<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ SEO</b>	380
<i>Карінцева О.І., Харченко М.О., Власенко К.А.</i>	<b>ВПЛИВ КРИЗИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	383
<i>Карінцева О.І., Тарасенко С.В., Харченко М.О., Кисильова К.С.</i>	<b>НОВА СВІТОВА ЕКОНОМІЧНА КРИЗА – ПРИЧИНИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВИХОДУ</b>	386
<i>Карінцева О.І., Харченко М.О., Ковальова А.В., Толок Т.С.</i>	<b>ПЕРЕРОБКА ВІДХОДІВ РОСЛИННИЦТВА ЯК ПЕРСЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	389
<i>Карінцева О.І., Харченко М.О., Глоба А.Е.</i>	<b>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ КРИЗИ</b>	392
<i>Карінцева А.І., Тарасенко С.В., Дяченко А.В.</i>	<b>ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ VI-ГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УКЛАДУ</b>	395
<i>Харченко М.О., Пелещенко Р.О.</i>	<b>ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ</b>	399
<i>Валенкевич Л.П., Балагуровська І.О.</i>	<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ КЕРІВНИКА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ</b>	401
<i>Новіков В. В.</i>	<b>ОСВІТНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ</b>	404

## ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*студентка Шафорост Ю.В.,  
д.е.н., доцент Пімоненко Т.В.,  
д.е.н., доцент Люльов О.В.*  
Сумський державний університет

Комунікаційна політика виступає посередником у взаємодії між споживачем та компанією. Традиційно науковці комунікаційну політику розглядають як систему заходів компанії для інформування та просування товарів та послуг [1, 11, 12]. При цьому узагальнення результатів аналізу наукової літератури [4, 5, 9, 10, 16, 13] свідчать, що ключовими елементами комунікаційної політики є: реклама; формування фірмового стилю; робота з громадськістю; стимулювання збуту; дизайн та пакування; формування та просування торгової марки. Ефективність комунікаційної політики на підприємстві залежить від поєднання кожного з елементів політики у єдине ціле. Наприклад, інтеграцією поєднання можна вважати впровадження фірмового стилю підприємства, що передбачає створення єдиної візуальної концепції товарів, послуг, яке надає підприємство, а також усієї інформації, яке несе підприємство у зовнішній світ, та надання переваг, які відрізняють його від інших конкурентів. Для того щоб чітко сформувані візуальну комунікацію між покупцем та підприємством потрібно використовувати дизайн. Дизайн можна трактувати як різновид художньо-проектної діяльності, яка поєднує принципи зручності, економічності та краси [2]. Саме вміння підприємства вдало виразити ці принципи і забезпечує ефективність комунікаційної політики та позиціонування на ринку.

Дизайн це важливий інструмент впливу на споживачів, що є невід'ємним елементом стратегії маркетингової політики, який забезпечує збільшення аудиторії, стимулювання продажів товару (послуг) та як кінцевої мети – формування фірмового стилю [4, 6, 7, 10, 14, 15, 16]. Початковим етапом можна вважати перший контакт потенційного клієнта з підприємством. Найяскравішим способом можна вважати рекламний банер, рекламний або інформаційний буклет або ж візитка картка робітника. Ціль в них полягає у способі привернути увагу клієнта. Успіх приваблення споживача прямо залежить від ефективності банеру (листівки, візитки), який створить дизайнер. Тобто ключовим моментом буде вважатися вдале поєднання композиції, кольорів, шрифтів у втілення конкретної ідеї або інформаційного повідомлення. Для більш ефективної роботи підприємства повинні тестувати різні варіанти, та досліджувати ефективність кожного з них.

Другим етапом є перехід на посилання на сторінку продукту, послуги або завантаження ознайомчого матеріалу про продукт. Ціль маркетингу на цій стадії полягає у створенні високої конверсії сторінки та завоювання уваги у користувачів. Тому завдання веб-дизайнерів полягає у розробленні привабливого, зручного та зрозумілого інтерфейсу, що провокує споживача повертатись знову і знову. Елементами для створення веб-сайтів можуть виступати: палітра кольору, структура розміщення інформації, рекламний блок, модульна сітка, логотип та слоган компанії. Важливим є поєднання першого етапу з другим, адже споживач повинен розуміти, що банер та сайт – це все ваш продукт, в єдиному, однаковому стилі, з використання однакових елементів. Третій етап включає в собі підтримку постійної комунікації через онлайн ресурси (Facebook, Instagram, e-mail та інші.) Ціль маркетингу на цьому етапі є постійна комунікація зі споживачем, інформування його про акції, нові товари, зміни, тощо. Тобто фінальним результатом буде задоволення споживача від побаченого та перехід людини на сайт (або до магазину) за для здійснення покупки. Завдання дизайнерів на цьому етапі є створення графічного контенту, який підприємство використовує як рекламу з метою залучення нових покупців та підвищення прибутку. При цьому дизайнери повинні дотримуватись єдиної концепції та стилю висвітлюючи рекламну інформацію, що не відрізняється від зовнішньої реклами та веб-сайту компанії. У цілому можна вивести певний алгоритм приваблення та отримання нового споживача за такою послідовністю: перший етап – привертання уваги та зацікавленості споживача до продукції; другий етап – розповідь про компанію та товари (послуги), які вона надає; третій етап – отримання постійних клієнтів, які довіряють, та можливість через них розповсюдження інформації до нових потенційних клієнтів.

Отже, можна сказати, що така маркетингова стратегія з прямим впливом дизайну вирішує питання про формування фірмового стилю підприємств та ефективну комунікацію компанії та споживача. Саме фірмовий стиль гарантує впізнавання компанії на ринку, лояльність покупців до обраної марки, забезпечує певні переваги перед конкурентами.

### **Список використаних джерел**

1. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підручник. – К. : КНЕУ, 2003. – 284 с
2. Кірдіна, О. Г. (2011). Обмеження та орієнтири техніко-технологічного розвитку України в умовах глобалізації. Маркетинг і менеджмент інновацій, (4 (1)), 179-184.
3. Куленко М.Я. (2006). Основи графічного дизайну: підручник. Кондор, 492 с.
4. Летуновська Н.Є. (2013). Соціальні інновації підприємств в умовах трансформаційної економіки. Інноваційна економіка, 4, 107-112.



5. Летуновська Н.Є., Сигида Л.О. (2019). Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики. *Бізнес-інформ*, 97-105.
6. Люльов, О.В. Формування стратегій розвитку підприємства в умовах незбалансованої економіки [Текст]: дисертація на здобуття наукового ступеня канд. економічних наук / О.В. Люльов ; Наук. керівн. В.В. Сабадаш. - Суми: СумДУ, 2011. - 209 с. - СумДУ
7. Олексів, І. Б. (2012). Аналізування ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, (1), 209-214.
8. Пимоненко, Т. В., Люльов, О. В., & Чигрин, О. Ю. (2018). Маркетинг зелених інвестицій: механізм колаборації між основними стейкхолдерами. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*, (36), 214-220.
9. Росохата, А.С. (2011). Трендотчінговий аналіз як основа формування брендів. *Тези IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Маркетинг у третьому тисячолітті»*, 118-119.
10. Сагер Л.Ю. (2011). Дослідження значення комунікацій на підприємстві. *Фундаментальні основи формування механізмів забезпечення інноваційного розвитку економічних систем*, 178-176.
11. Bilan, Y., Lyeonov, S., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2019). Brand management and macroeconomic stability of the country. *Polish Journal of Management Studies*, 19, 61-74
12. Bilan, Y., Vasilyeva, T., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2019). EU vector of Ukraine development: linking between macroeconomic stability and social progress. *International Journal of Business & Society*, 20(2), 433-450.
13. Bozhkova, V. V., Ptashchenko, O. V., Saher, L. Y., & Syhyda, L. O. (2018). Transformation of marketing communications tools in a globalizing environment. *Marketing and innovation management*, 1, 73-82. DOI: 10.21272/mmi.2018.1-05
14. Chigrin, O., & Pimonenko, T. (2014). The ways of corporate sector firms financing for sustainability of performance. *International Journal of Ecology and Development*, 29(3), 1-13.
15. Lyulyov, O. V., & Pimonenko, T. V. (2017). Lotka-Volterra model as an instrument of the investment and innovative processes stability analysis. *Marketing and Management of Innovations*, (1), 159-169.
16. Saher L.Yu., Melnyk Yu.M., Niño-Amézquita J. (2018). The problems of development of an effective management system of internal communications and ways to overcome them. *Innovative Management: theoretical, methodical and applied grounds*. 1st edition, Prague Institute for Qualification Enhancement: Prague, 83-96/

Наукове видання

**Економічні проблеми сталого розвитку**

**Economical Problems of Sustainable Development**

**Матеріали**

Міжнародна науково-практична конференція студентів та  
молодих вчених імені професора Балацького О. Ф.  
(Україна, Суми, 28– 29 квітня 2020 р.)

Комп'ютерне верстання  
Яна Ус

Стиль та орфографія авторів збережені.  
Організаційний комітет і редакційна колегія можуть не поділяти точки зору авторів.  
Автори відповідають за точність, достовірність і зміст матеріалів. Посилання на  
матеріали конференції обов'язкові.

Відповідальний за випуск Т. А. Васильєва  
Загальне редагування О. В. Шкарупа  
Комп'ютерне верстання Я.О. Ус

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 27,35. Обл.-вид.арк. 38,48. Тираж 300 пр.

Видавець і виготовлювач  
Сумський державний університет,  
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.