

**ОПУБЛІКОВАНІ СТАТТІ У ФАХОВИХ ЖУРНАЛАХ КАТЕГОРІЇ Б
В 2024 РОЦІ**

№ з/п	Назва публікації	ПіБ авторів	Журнал	Випуск
1.	Selection and implementation alternatives for the marketing strategy of enterprise management	Bahorka M. Ustik T. Kvasova, L.	Green, Blue and Digital Economy Journal	2024 Vol. 5. pp. 1-8.
2.	Diagnostics of management of marketing business processes in real estate enterprises	Xiao Wanxin Lyshenko Marharyta	Вісник СНАУ. Серія: Економіка і менеджмент	2024 № 1 (97) С. 19-23
3.	Indicators and methods of assessment of marketing opportunities of real estate enterprises	Yang Yang Lyshenko M.	Інфраструктура ринку	2024 № 76
4.	Discussion on the current situation of marketing development of real estate enterprises	Yang Yang, Lyshenko M.	Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка	2024 № 3 (44) С. 76-81
5.	Research on marketing strategy of real estate enterprises	Yang Yang Lyshenko M.	Вісник СНАУ. Серія: Економіка і менеджмент.	2024 № 2 (98) С.44-50.
6.	Фінансовий аналіз стійкості страхових компаній	Борисова В.А. Селезень О.М. Ждек В.М.	Управління змінами та інновації	2024 №10. С.61-65
7.	Конкурентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів	Калина Т.Є. Арзуманян Т.Ю. Устік Т.В.	Актуальні проблеми інноваційної економіки та права	2024 Вип. 4. С.90-94
8.	Особливості управління маркетинговими ризиками як засіб покращення маркетингової політики підприємств сфери агробізнесу	Колодненко Н. В. Устік Т. В.	Вісник ХНТУ	2024 №1(88) С.306-314
9.	Теоретичні аспекти адміністративного управління якістю надання соціальних послуг .	Лищенко М.О. Лищенко В.В.	Вісник СНАУ. Серія: Економіка і менеджмент	2024 № 3 (99) С. 26-33
10.	Удосконалення системи управління якістю надання соціальних послуг	Лищенко М.О. Лищенко В.В.	Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка	2024 № 3 (44) С. 86-91

11.	Вплив сталого розвитку на маркетингову діяльність аграрних підприємств	Лишенко М.О. Петренко О.І.	Економіка і суспільство	2024 Вип. 65
12.	Напрямки оптимізації маркетингового управління товарною політикою підприємства шляхом розробки ринкової стратегії	Лишенко М.О. Ус Ю.	Вісник СНАУ. Серія: Економіка і менеджмент	2024 № 3 (99) С. 39-40
13.	Алгоритм впровадження системи управління маркетинговою діяльністю на підприємствах нерухомості	Макаренко Н.О.	Ефективна економіка	2024 №11
14.	Інтегроване управління матеріальними потоками в процесі забезпечення розвитку логістичних систем аграрних підприємств	Макаренко Н.О. Гуменний М.О.	Журнал з менеджменту, економіки та технологій	2024 №3
15.	Конкурентні стратегії та їх місце в системі логістичного управління ланцюгами поставок	Макаренко Н.О. Гуцал Т.І.	Журнал з менеджменту, економіки та технологій	2024 №2. С. 103-110
16.	Інтегроване логістичне управління ланцюгами поставок в процесі збуту готової продукції підприємств аграрної сфери	Макаренко Н.О. Гуцал Т.І. Білогубець О.В.	Ефективна економіка	2024 №2
17.	Особливості використання інформаційних маркетингових систем в збутовій діяльності аграрних підприємств	Макаренко Н.О. Лишенко М.О., Моїсеєнко В.С. Жук Р.І.	Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка	2024 №1(42) С. 137-143
18.	Методологічні аспекти дослідження лояльності споживачів в контексті управління маркетинговими комунікаціями	Макарова В.В. Муштай В.А. Устік Т.В.	Інфраструктура ринку	2024 Вип. 78 С. 165-170
19.	Теоретичні аспекти маркетингового забезпечення експортного потенціалу підприємств агробізнесу	Макарова В.В. Таранченко В.В. Ус Є.А.	Інфраструктура ринку	2024 Вип. 77 С.101-106
20.	Методологічні аспекти дослідження лояльності споживачів в контексті управління маркетинговими комунікаціями	Макарова В.В. Устік Т.В. Муштай В.А.	Інфраструктура ринку	2024 Вип. 78 С. 166-170
21.	Комплексне оцінювання маркетингового комплексу підприємства аграрної сфери в умовах цифровізації та глобалізації бізнесу	Макарова В.В. Устік Т.В. Устик Д.В.	Інфраструктура ринку	2024 Вип.79 С.185-191
22.	Моделювання та оцінка маркетингового комплексу підприємства аграрної сфери в	Макарова В.В. Устік Т.В.	Інфраструктура ринку	2024 Вип. 79

	умовах цифровізації та глобалізації бізнесу	Устик Д.В.		С.185-192
23.	Інноваційний маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності продукції соціально-відповідального підприємства	Нечипоренко В.В. Шумкова О.В. Шумкова В.І.	Східна Європа: економіка, бізнес та управління	2024 Вип. 1 (42) С.120-125
24.	Інституційне забезпечення інтеграції принципів біоекономіки в управлінську практику вітчизняних підприємств: організаційні аспекти	Ніфатова О. М. Петричук С. І.	Scientific Papers of Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University	2024 №2 (51) С. 72-81
25.	Мале фермерство у інклюзивній сільській трансформації як фактор підвищення ресурсного потенціалу регіонів	Ніфатова О. Данько, Ю.	Bulletin of Sumy National Agrarian University	2024 №3 (99) С. 69-75
26.	Інструменти оптимізації логістичних процесів на підприємстві	Павлюк Т.С. Полусяк Ю.І. Онопрієнко І.М. Потапенко А.О.	Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку	2024 Вип. 1 (27) С.126-138
27.	Теоретичні основи маркетингового управління системою енергозбереження в інноваційно орієнтованих організаціях в умовах диджиталізації	Пашенко П.О. Нечипоренко В.В. Гніденко В. І.	Інвестиції: практика та досвід	2024 № 16 С. 191-197
28.	Маркетинг освітніх послуг у добу постмодерну: перспективи та застереження	Пушкарьова Т. Макарова В. Коваль-Мазюта М. Гриценко О.	Український педагогічний журнал	2024 Вип. 3 С. 115-122
29.	Фінансовий аналіз інноваційно орієнтованих підприємств агропродовольчих соціально-економічної систем в умовах ринкового ціноутворення	Селезень О. М. Федірець О. В. Шендерівська Л.П.	Актуальні проблеми економіки	2024 № 6(276) С.-23-33
30.	Прогнозування аналізу господарської діяльності інноваційних промислових підприємств в системі соціальної відповідальності бізнесу, міжнародного маркетингу та управління витратами	Селезень О.М. Шевченко О.М. Скрипник В.В. Алексеєнко А.С.	Формування ринкових відносин в Україні	2024 Вип.1(272) С.-51-59
31.	Формування регіональних стратегій на основі концепції маркетингу міста: реалії та перспективи	Устік Т. В.	Інвестиції: практика та досвід	2024 №9. С.10-14
32.	Концептуальний базис розвитку маркетингу	Устік Т. В.	Актуальні проблеми	2024

	в готельно-ресторанній сфері	Делі В. Ю.	інноваційної економіки та права	№3. С. 108-114
33.	Маркетинг регіонів як складова стратегії сталого розвитку: виклики, перспективи та інструментарій	Устік Т. В.	Український журнал прикладної економіки та техніки	2024 № 2. Т.9 С. 28 – 33
34.	Інноваційні засади брендингу туристичних дестинацій	Устік Т.	Development Service Industry Management	2024 №2. С.176–181.
35.	Запровадження маркетингових інструментів для підвищення лояльності клієнтів	Устік Т. Колодненко Н.	Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences	2024 Вип. 326(1) С.208-214
36.	Формування маркетингової стратегії регіонального розвитку туризму	Устік Т.В.	Український журнал прикладної економіки та техніки	2024 № 1. С. 372-376
37.	Управління адаптивним розвитком агропродовольчої сфери в умовах посилення маркетингової активності інноваційно орієнтованих підприємств	Федірець О. В. Нечипоренко В. В. Гніденко В. І.	Ефективна економіка	2024 № 4
38.	Принципи інформаційного управління соціальним маркетингом малого підприємства під час війни	Шумкова В.І. Бабенко О.П.	Проблеми системного підходу в економіці	2024 Вип. 1(94) С.120-125
39.	Менеджмент формування соціально-інноваційного іміджу підприємства сфери послуг	Шумкова О.В. Нечипоренко В.В. Шумкова В.І.	Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка.	2024 Вип. 19 С. 266-273
40.	Аналіз інформаційних передумов обрання банківських послуг споживачами в Україні	Шумкова О.В. Шумкова В.І. Онопрієнко І.М.	Інфраструктура ринку	2024 Вип. 80 С.157-163