

Національний університет «Львівська політехніка»  
Кафедра маркетингу і логістики  
Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього  
Кафедра маркетингу Університету Марії Кюрі-Склодовської  
Кафедра виробничого менеджменту і логістики Познанської політехніки  
Кафедра електронної комерції Суспільної Академії Наук  
Кафедра маркетингу Краківського Економічного Університету  
ВГО «Українська Асоціація Логістики»  
ВГО «Українська Асоціація Маркетингу»

## **МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ**

## **MARKETING AND LOGISTICS IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT**

**Тези доповідей  
XII Міжнародної науково-практичної конференції**

**Львів, 25–27 жовтня 2018 р.**

Львів  
Видавництво Львівської політехніки  
2018

УДК 339.188.4  
М 266

М 266 **Маркетинг** та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XII Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. – 296 с.  
ISBN 978-966-941-235-5

Викладено матеріали, розглянуті на конференції, в яких висвітлено питання теорії маркетингу і логістики, практичного міжнародного досвіду інтеграції маркетингу і логістики в системі сучасного менеджменту, результати досліджень вітчизняних та іноземних науковців.

Матеріали становлять інтерес і можуть бути корисними для широкої наукової громадськості, керівників виробництв та державних установ, викладачів і фахівців з маркетингу і логістики, слухачів системи підвищення кваліфікації, студентів вищих навчальних закладів.

УДК 339.188.4

*Матеріали подано в авторській редакції*  
*Відповідальний за випуск Є. В. Крикавський*

## ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

**Почесні голови:** Бобало Ю. Я., Кубів С. І., Патора Р.  
**Співголови:** Крикавський Є. В., Кузьмін О. Є., Кравців В. С.

**Члени комітету:**  
Боняр С. М., Васелевські М., Віктор Я.,  
Вірвіляйте Р., Гайдук А.Б., Гасанов Г.,  
Герасимчук В. Г., Григорак М. Ю., Гримак І. Я.,  
Дадьо Я., Дейнега О. В., Ілляшенко С. М.,  
Ковальська Л. Л., Ковальчук С. В., Лилик І. В.,  
Магефа А., Мних О. Б., Мороз Л. А.,  
Окландер М.А., Посилкіна О. В.,  
Решетілова Т. Б., Ромат Є. В., Савіна Н. Б.,  
Собчик Г., Солнцев С. О., Сопільник Л. І.,  
Старостіна А. О., Сулковські Л., Федорченко А. В.,  
Фертш М., Хованец Х., Чубала А., Чухрай Н. І.,  
Шафалюк О. К., Шохійон Н. Н., Яблінські Й.,  
Якимішин Л. Я., Янків М. Д., Янковська Л. А.

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

**Співголови:** Глинський Н. Ю., Чернописька Н. В.

**Секретар комітету:** Балик У. О.

**Члени комітету:**  
Гайванович Н. В., Гринів Н. Т., Дмитрів А. Я., Довгунь О. С.,  
Донець Д. М., Кіндій М. В., Кобилуох О. Я., Косар Н. С.,  
Костюк О. С., Леонова С. В., Люльчак З. С., Мамчин М. М.,  
Мащак Н. М., Нікшич С. М., Прийма Л. П., Стець О. М.,  
Таранський І. П., Фігун Н. В., Шостек Д.

### Медіа-партнери:

«Маркетинг в Україні»  
«Логістика: теорія і практика»  
«Маркетинг и реклама»  
«Маркетинговые исследования»  
«Логистика: проблемы и решения»

## ЗМІСТ

Алькема В.Г. РЕІНЖИНИРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЛОГІСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ КОМПАНІЇ .....	5
Antonowicz M. KORYTARZE DLA NOWEGO JEDWABNEGO SZLAKU Z UDZIAŁEM UKRAINY I POLSKI – PERSPEKTYWY ROZWOJU .....	7
Антонюк К.І. МІСЦЕ ЛОГІСТИКИ В УБЕЗПЕЧЕННІ СПОЖИВАННЯ .....	8
Баланюк М.В., Савіна Н.Б. ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ НА ЗДОБУТТЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА МІНЛИВОМУ РИНКУ .....	10
Балик У.О., Стевчак Ю.І., Цираг Я. НЕЙРОМАРКЕТИНГ – РУШІЙНА СИЛА СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ .....	11
Балик У.О., Ясевич А.М. ПРОБЛЕМА ПОШУКУ ЦІЛЬОВИХ РИНКІВ ТА СЕГМЕНТУВАННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ СТАРТАПІВ НА ЗАКОРДОННОМУ РИНКУ .....	13
Беспалюк Х.М., Савоніна Н.С. ТИПИ НОВОВВЕДЕНЬ: ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ .....	14
Біканова К.В., Фещур Р.В. СТАРТАПИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ .....	17
Біловодська О.А., Сагер Л.Ю., Сигида Л.О. ЕТАПІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	18
Білоткач І.А. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	20
Богоніс Л.В., Гайдук А.Б. ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З ЦІЛЬОВОЮ АУДИТОРІЄЮ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ .....	22
Босенко О.Ю. РИСИ СУЧАСНОГО БРЕНДУ В КОНТЕКСТІ ЗАДОВОЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ .....	24
Бондарчук М. К. ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ САНАЦІЄЮ У БІЗНЕС-СТРУКТУРАХ .....	26
Борисова Т.М. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ ПОСЛУГ МІСЬКОГО ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ М.ТЕРНОПІЛЬ .....	27
Бочко О.Ю., Гайванович Н.В. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МАРКЕТИНГУ В МЕЖАХ INDUSTRY 4.0 .....	29
Братішко Ю.С., Посилкіна О.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ВИМОГ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ-РОБОТОДАВЦІВ ДО ФАХІВЦІВ З УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ .....	31
Бублик М.І., Медвідь Р.В. В2С В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС .....	33
Будз О.Ф. РОЛЬОВА СТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВА У ВЗАЄМОДІЇ ІЗ СУБ'ЄКТАМИ МИТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ .....	35
Будинський Р.З. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ БІЗНЕС-ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВ .....	37
Винничук Р.О. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ .....	38
Вовчанська О.М., Іванова Л.О. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РИНКУ РЕКЛАМИ .....	41
Волкова І.М. ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА .....	43
Воронін В.О., Мамчин М.М., Лянце Е.В. АВТОМАТИЗОВАНА СИСТЕМА ОЦІНКИ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ .....	45
Гальків Л. І. СОЦІАЛЬНИЙ ТА ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ .....	47

Герасимчук В. Г. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ПРОСУВАННІ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ .....	48
Копець Г.Р., Галаз Л.В., Гербут М.В. РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ДІЯЛЬНОСТІ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ .....	49
Горбенко О.В., Карпенко О.А. ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКИЙ ЛОГІСТИЧНИЙ РИНОК ВПРОВАДЖЕННЯ РЕФОРМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ.....	50
Гринів Н.Т., Наконечна Т.В., Бернацька А.А. ЛОГІСТИКА МАСОВИХ ЗАХОДІВ.....	52
Гронська Н.С. ЦІЛІСНІСТЬ МЕТАЛОГІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ СФЕР ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ, ЕКОЛОГІЇ .....	54
Гурч Л.М., Шевченко А.Т. РОЗУМНИЙ ТРАНСПОРТ У ЗАДОВОЛЕННІ ПОТРЕБ НАСЕЛЕННЯ У МІСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕННЯХ .....	56
Дайновський Ю.А., Гліненко Л.К. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ .....	58
Двуліт З.П., Злотнік М.Л. СТАН ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ТА ТРАНЗИТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПАТ «УКРАЇНСЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ» В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ .....	60
Двуліт З.П., Костюченко Л.П. СИСТЕМА ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПАТ «УКРАЇНСЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ» .....	62
Двуліт З.П., Наумчук С.І. КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК РУШІЙНА СИЛА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ.....	64
Дейнега О.В., Дейнега І.О., Волошин В.С. ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ У ЛАНЦЮГУ ПОСТАВОК ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ.....	66
Демків Я.В., Прокопишин-Рашкевич Л.М. АНАЛІЗУВАННЯ ТЕНДЕНЦІЙ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ І СВІТІ .....	68
Демко М.Я. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД СУЧАСНИХ БАНКІВСЬКИХ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ, .....	69
Дергоусова А.О., Сиволовська О.В. АСПЕКТИ ПОСТАНОВКИ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІЛЕЙ ТА ЗАВДАНЬ В РАМКАХ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ .....	71
Джурик Х. Б., Бондарчук М.К. ПРИНЦИПИ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ .....	72
Довгунь О.С., Висоцький М. СУЧАСНІ ЧИННИКИ ПІДСИЛЕННЯ ВПЛИВУ МАРКЕТИНГУ НА КЛІЄНТІВ.....	73
Довгунь О.С., Руда С.І. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ.....	74
Донець Д.М., Трифонова Ю.І. МАРКЕТИНГОВІ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ.....	76
Дорошкевич К.О., Вороновська М.М., Івасюк В.В. МЕНТОРИНГОВА ДІЛЬНІСТЬ ЯК СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ .....	78
Дорошук Н. І. ОСВІТА ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	79
Драчук Ю.З., Сав'юк Л. О.ШЛЯХИ АКТУАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	80
Дубницький В.І. РЕПЛІКАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В ГЕОЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ.....	83
Дубовик Т.В., Бучацька І.О. ІННОВАЦІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛАХ .....	84
Дудкін О.М. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ КРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ НАФТОГАЗОВИХ РЕЗЕРВІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ .....	86
Єремеева Н.С. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В КІБЕР СЕРЕДОВИЩІ.....	88
Żbikowska A. PROBLEMY BADANIA STANDARYZACJI I ADAPTACJI CEN W MARKETINGU MIĘDZYNARODOWYM .....	90

Живко З. Б., Баран Н. В., Зінчук Ю. Я. ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	92
Завгородня Є.Є. ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ОСВІТИ.....	94
Завербний А.С., Крикавський Є.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ З ІНШИМИ ЕЛЕМЕНТАМИ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ.....	95
Zaloznova YU., Trushkina N. WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF LOGISTIC ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE .....	98
Захарчин Г.М. ТРАДИЦІЙНІ Й СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ .....	100
Заячковська Г.А. ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ .....	102
Зима О.Г. РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА З ВИКОРИСТАННЯМ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ .....	104
Зоріна О.І., Нескуба Т.В., Мкртичян О.М. БЕНЧМАРКІНГ ЗАЛІЗНИЧНИХ КОМПАНІЙ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТРАНСПОРТНОГО РИНКУ .....	106
Іваницька Н.Б. ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕДИЧНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ .....	107
Ілляшенко С. М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ .....	109
Кадирус І.Г., Донських А.С. БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ І МЕТОД УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	111
Каїра З.С. СТРАТЕГІЇ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ .....	112
Каніщенко О.Л. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	114
Karera K. WYKORZYSTANIE NARZĘDZI E-MARKETINGU WŚRÓD POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW .....	116
Карпій О.П., Михайлик Н.І., Патора-Висоцька С. МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ НА РИНКУ ЗАСОБІВ ПО ДОГЛЯДУ ЗА ВОЛОССЯМ.....	118
Касян С., Бардась А. ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ПАРТНЕРСЬКІЙ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ЄС .....	120
Касян С., Шостек Д. СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ, ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ У ПОЛЬЩІ І В УКРАЇНІ .....	122
Качуровський С. В. СУЧАСНІ ТРЕНДИ E-COMMERCE В ЛОГІСТИЦІ.....	123
Кіндій М.В., Сітнікова І.О. МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ ЯК СПОСІБ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ КОМПАНІЯМИ .....	124
Kisiołek Artur, Karyu Oleh, Prokopenko Olha SELECTED POLISH-UKRAINIAN EXPERIENCES IN THE FIELD OF ONLINE MARKETING OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....	126
Кльоба Л.Г. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ – ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	127
Klose K. ANSÄTZE ZUR GESTALTUNG EINER NACHHALTIGE LOGISTIK .....	129
Коваль З.О. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ НА ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ .....	130
Кондрат І.Ю., Ярошевич Н. Б. МОДЕЛІ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	131
Konecka S. PRZESTRZEGANIE PRZEPISÓW PRAWA REGULUJĄCYCH CZAS PRACY KIEROWCY W POLSCE.....	133

Король Я.П. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ WEB-ПРЕДСТАВНИЦТВ ВІТЧИЗНЯНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ .....	134
Косар О.І., Білоконний І.О., Васелевський М. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ .....	136
Косар Н.С., Кузьо Н.С., Білик І.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ .....	137
Костюк О.С., Подвальна Г.В., Петецький І. КОМПЛЕКСНЕ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК В СИСТЕМІ ЦІНІСНО-ОРІЄТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ .....	138
Крикавський С.В. МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ (СВІТ У МОЇЙ ПРОЕКЦІЇ) .....	140
Крулевський А.В., Борисова Т.М. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК МАЙБУТНЯ АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦІЙНОМУ МАРКЕТИНГУ .....	141
Кубрак Н. Р. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ .....	142
Кузьмін О.С., Жежуха В.Й. ПРОБЛЕМИ РЕІНЖИНІРИНГУ МАРКЕТИНГОВИХ ПРОЦЕСІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	143
Кулініч Т.В., Лозова І.О. УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ ВИТРАТНОСТІ РІШЕНЬ .....	144
Куницька О.М., Янішевський С.В. НАДІЙНІСТЬ ПРОЦЕСІВ В ЛАНЦЮЗІ ПОСТАЧАНЬ .....	146
Леонова С.В. ЦИФРОВИЙ РЕКРУТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОШУКУ ТАЛАНТІВ.....	147
Литвиненко С.Л., Литвиненко Л.Л. ОПТИМІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ ПРИ МУЛЬТИМОДАЛЬНІЙ ДОСТАВЦІ НЕГАБАРИТНИХ ВАНТАЖІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН.....	149
Лифар В.В. ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ МЕРЕЖІ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ В ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ .....	150
Лихолат С.М. ІНТЕГРАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ В МАЛИЙ БІЗНЕС .....	152
Лісовська Л.С., Юринець О.В. ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА .....	154
Lutsiak V. METHODOLOGY OF COMPETITIVE INNOVATIONS DEVELOPMENT BY THE FOOD INDUSTRY ENTERPRISE .....	155
Люльчак З.С. ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ, ЗАГРОЗИ ТА ЗАХОДИ ПОДОЛАННЯ .....	158
Mahefa Andri AKTIVIERUNG DES KONSUMENTEN .....	159
Малинка О.Я., Устенко А.О. МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВ.....	161
Мамчун М.М., Furtak I.I., Parobetska I.M. MARKETING AND INFORMATION TECHNOLOGY IN MEDICINE.....	162
Maryniak A., Bulhakova Y. POSTAWA EKOLOGICZNA POLAKÓW I UKRAIŃCÓW WZGLĘDEM KWESTII ZAGOSPODAROWANIA ODPADÓW KOMUNALNYCH W KONTEKŚCIE PRZYJĘTYCH ROZWIĄZAŃ SYSTEMOWYCH.....	164
Maryniak Anna, Kasian Serhii ŁAŃCUCZY ZWINNE, ODCHUDZONE, ZIELONE I WRAŹLIWE – RÓŻNICE I ZALEŻNOŚCI .....	166
Марій О.Т. ІНТЕГРОВАНІ ЛОГІСТИЧНІ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ЯК СИСТЕМНИЙ ПІДХІД У ВИВЧЕННІ ЛОГІСТИКИ .....	168
Масляк О.А. ПРОБЛЕМИ СТРАХУВАННЯ ВАНТАЖІВ ПІД ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	169

Мащак Н.М., Колінські А., Сопільник Л.І. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ЛОГІСТИКИ ЗЕРНА НА УКРАЇНСЬКОМУ АГРАРНОМУ РИНКУ .....	170
Мельник О.Г., Муқан О.В., Ганас Л.М. ТИПОЛОГІЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	172
Мельник О.Г., Тодошук А.В., Адамів М.Є. МИТНИЙ ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ МІЖНАРОДНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ.....	174
Мних О.Б., Сапотницька Н.Я. СУСПІЛЬНА ЦІННІСТЬ І ЛОГІСТИКО-МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ .....	176
Мороз Л.А. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ: КЛАСИФІКАЦІЙНІ І ТЕРМІНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....	178
Морохова В.О., Лорві І.Ф., Бойко О.В.ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	180
Наумік-Гладка К. ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА.....	182
Новаківський І.І. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ WEB-ПРЕДСТАВНИЦТВ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	184
Ноздріна Л.В. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ.....	186
Попадинець І. Р., Обельницька Х. В. ФОРМУВАННЯ ПРОФІЛЮ КОНСУЛЬТАНТА З МАРКЕТИНГУ ЯК МЕТОДУ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ОСОБИСТИХ ЯКОСТЕЙ ПРАЦІВНИКА.....	188
Овчарук В.В. ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ПОБУДОВИ І ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ АДМІНІСТРУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....	189
Петрович Й.М. МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В ОРГАНІЗУВАННІ ПРОВЕДЕННЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	191
Півень О.П., Ткаченко І.В. ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ СКЛАДОВИХ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОВІДНОСИН ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	192
Поплавська Ж.В. НОВА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	194
Потапов О.С. ВПЛИВ СЕЗОННИХ ХАРАКТЕРИСТИК МАРКЕТИНГОВОГО РОКУ НА ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОСТУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА .....	195
Потапова Н.А. СМАРТ-ЛОГІСТИКА ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ .....	197
Прийма Л.П., Тріфонова Ю.І. ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ - НЕСТАНДАРТНЕ ВИРШЕННЯ СТАНДАРТНИХ ПРОБЛЕМ.....	199
Птащенко О. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНИХ УМОВАХ: MARKETING AGILE.....	201
Пунін Ю.О. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ: БЕНЧМАРКІНГОВИЙ ПІДХІД .....	202
Рачинська Г.В., Коpecь Г.Р., Урікова О.М. РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ У КОНТЕКСТІ ЗНИЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....	204
Решетнікова І. Л. СОЦІАЛЬНИЙ І ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ: КОНФЛІКТ ЦІЛЕЙ ТА ІНСТРУМЕНТІВ ЇХ ДОСЯГНЕННЯ .....	205
Рикованова І.С. ЛОГІСТИЧНИЙ ПРОЕКТ ПОСТАЧАННЯ НЕГАБАРИТНИХ ВАНТАЖІВ .....	207
Ромат Є.В. ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ТЕНДЕНЦІЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	209
Руда М.В., Бортнікова М.Г. ТРЕНДИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКУ .....	212



Савицька Н.Л., Михайлова М.В. Ключові тенденції в маркетингу освітніх продуктів.....	215
Савченко Ю.Т. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЛАНЦЮГУ ПОСТАВОК .....	217
Садова У.Я., Призинчук С.Ю., Голубицький С.С. УКРАЇНО – КИТАЙСЬКА ТЕРИТОРІАЛЬНА МІГРАЦІЙНА СИСТЕМА: РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В СТАНОВЛЕННІ ТА РОЗВИТКУ.....	218
Sanak-Kosmowska K. PERSONALIZACJA KOMUNIKATÓW MARKETINGOWYCH W SERWISACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH - TARGETOWANIE IDEALNE CZY MANIPULACJA.....	220
Ситник Й.С. РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДСИСТЕМИ У ПРОЦЕСІ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ .....	222
Скіцько В.І. ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ .....	224
Стасюк К.З. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ .....	225
Степаненко Н.І. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	226
Степура Т. М., Левочко М. В. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ЕКОЛОГІЧНІ ВИМІРИ .....	228
Степура Т. М., Степура А. Л. УКРАЇНО-СЛОВАЦЬКА ТЕРИТОРІАЛЬНА МІГРАЦІЙНА СИСТЕМА: ДО МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ УМОВ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ .....	230
Строценць Л.П. МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ .....	232
Струтинська Л.Р., Андрусів С.В., Афтаназів І.С. ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	233
Тараненко І.В., Яременко С.С. МОДЕЛІ СПОЖИВЧИХ НАСТРОЇВ НАСЕЛЕННЯ КРАЇН .....	235
Таранський І.П., Донець Д.М., Гаврись Я. МІНІМІЗАЦІЯ ВИТРАТ В ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМІ ЧЕРЕЗ СТРАХУВАННЯ .....	237
Терлецька В.О. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ.....	239
Токарчук С.Г., Кобилюх О.Я. ВІТЧИЗНЯНА ЕЛЕКТРОННА СИСТЕМИ ЗАКУПІВЕЛЬ: ОСОБЛИВОСТІ ТА НЕДОЛІКИ.....	240
Турчин Л.Я. МУНІЦИПАЛЬНА ЛОГІСТИКА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ .....	242
Ulmer Mark THE EFFICACY OF ECONOMIC SANCTIONS IN VIEW OF ALTERNATIVE COERCIVE INSTRUMENTS BETWEEN HARD AND SOFT POWER.....	243
Фарат О.В. МЕТОДИ ОЦІНКИ МАРКЕТИНГОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	245
Федорченко А.В. НОВА ПАРАДИГМА СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ .....	246
Фігун Н.В., Пастернак О.І. КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ У РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	248
Nadrian P. ASSESSMENT OF THE CO-ORDINATION OF MARKETING TOOLS. RESULTS OF RESEARCH.....	250
Харсун Л.Г., Лиса С.С. ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНИХ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ В УКРАЇНІ .....	252
Chłipała P. UWAGI NA TEMAT PODSTAW METODOLOGII BADAŃ MARKETINGU .....	254
Howaniec H., Tarczydło B. SOCIAL ENGAGEMENT AS A PART OF CSR STRATEGY .....	255
Хрупович С.Є. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ КНИЖКОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ .....	257
Чайка Є.В., Зозульов О.В. СУБ'ЄКТИ РИНКУ КІБЕРСПОРТУ ТА ВІДНОСИНИ МІЖ НИМИ .....	258

Чернобай Л.І., Черкас Х.Р. РЕФОРМУВАННЯ ЗАЛІЗНИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ .....	259
Чирва О.Г., Подзігун С.М. СУЧАСНІ ТРЕНДИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ .....	263
Chornopyska N. , Bolibrukh L. QUALITY OF LOGISTICS: RESEARCH OF 3PL MARKET IN UKRAINE .....	264
Czubała A. OBSZARY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE .....	265
Чуприна Н.М., Кузнецова Н.Г. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ РОЗРОБОК НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	267
Шалева О.І. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТЕМПЕРАТУРНОЇ ЛОГІСТИКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ .....	268
Шандова Н.В. СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОМПАНІЇ .....	269
Шандрівська О. С., Якимшин Л. Я. РИНОК ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ 2018: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ .....	271
Шкварчук Л. О. МІСТКІСТЬ РИНКУ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ .....	272
Яворська М. К. ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «НАУКА» .....	274
Яковлев А.І. ЗАСОБИ ВРАХУВАННЯ ПОТРЕБИ КОНКРЕТНИХ СПОЖИВАЧІВ .....	276
Віктор Я. МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ КОРДОНИ. ПРО ПРОСУВАННЯ МІСТ- ПОБРАТИМІВ: КРАКОВА І ЛЬВОВА .....	278
Мельникович О.М., Юсупова О.В. ТЕНДЕЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....	280
Перевозова І.В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ .....	282
Смерічевська С.В. СТРАТЕГІЯ ТОТАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА РЕАЛІЇ .....	284
Глинський Н.Ю., Гірна О.Б. ОБГРУНТОВАННЯ МІСЦЯ ТА РОЛІ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ ГРОМАДИ .....	286
Яричевська Я.І., Глинський Н.Ю. «ЗЕЛЕНА» ЕНЕРГЕТИКА У ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ СУЧАСНОГО МІСТА .....	287

## **СМАРТ-ЛОГІСТИКА ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ**

© *Потапова Н.А., 2018*

Ключову роль у зростанні ефективності аграрного сектору економіку відіграє електронне сільське господарство, що формує вплив за рахунок всебічного використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Новітні технології в сільському господарстві формують нову стратегію управління, обумовлену цифровими характеристиками процесів, а держави адаптують економіку до цифрового простору. На думку експертів Продовольчої та сільськогосподарської організації Об'єднаних націй, для держав, де сільське господарство залишається одним із основних джерел доходів цифрове подолання цифрового відставання є стимулом "зеленого" економічного зростання, забезпеченням соціальної інтеграції та створенням фундаменту для запровадження інновацій [1].

Запровадження новітніх технологій потребує точних підходів в управлінні. Смарт-підхід в управлінні є цільовим підходом будується на впровадженні конкретних правил, елементами яких є: мета, вимірність процесу, досяжність результату, адекватність розв'язування задач, терміни виконання [2]. Смарт-логістика – це логістика, функціонування якої будується на смарт-підході в керуванні оптимальними ресурсними потоками з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Основними оцінками запровадження смарт-логістики можна вважати: результативність і ефективність. Складовими елементами функціонування смарт-логістики є використання смарт-технологій.

Для сільського господарства смарт-технології не тільки інноваційний прорив, але й значний поштовх для зростання виходу продукції та економії витрат. В умовах значних сезонних коливань цін на матеріально-технічні ресурси логістичні витрати провокують нерівномірність та нелінійність вартості готової продукції [3]. Смарт-логістика пропонує технічні розв'язки, реалізація яких дозволяє управляти основними елементами ризиків логістичних витрат. Концептуальні засади смарт-логістики дозволяють сформулювати "точне сільське господарство", функціонування якого будується на правилах чіткого вимірювання основних параметрів потреб та використання ресурсів, а також елементах побудови, прийняття та реалізації комплексних управлінських рішень. Смарт-технології можна класифікувати по групах [4]: технології обробки, класифікації та стандартизації даних; технології прийняття та контролю управлінських рішень; технології для виконання рішень.

Найбільш ефективною смарт-логістика є виконанні наступних завдань: керування складами й вантажними перевезеннями; маршрутизація матеріалів, ресурсів і готової продукції; управління базами інформаційних даних; синхронізація облікових процесів з виконанням оперативних планів; проектування логістичних систем та ін.

Основними перевагами використання концепції смарт-логістики в сільському господарстві є: систематизація ресурсних потоків та рівнів відповідальності; адаптація до змін зовнішнього середовища; висока технологічна мобільність та рівень контролю операційних витрат; відповідність світовим стандартам якості; надання можливості швидкої реалізації дослідних проєктів; вихід на світові ринки сільськогосподарської продукції шляхом електронної комерціалізації. При цьому виникають проблеми, основними серед яких є: відсутність стратегічного підходу держави до цифрової економіки (а зокрема, цифрової логістики); підготовка кадрів нового покоління, знання яких є інтегрованими по декількох напрямках знань; низький рівень фінансового забезпечення малих та середніх товаровиробників; низький рівень використання результатів технологічних рішень.

На сьогодні смарт-технології в логістиці (у тому або іншому виді) застосовуються на багатьох підприємствах України й у світі. Технології навігаційного спостереження й контролю, на сьогодні є невід'ємною частиною роботи підприємств аграрного бізнесу. Саме їхнє використання

дозволяє зменшити витрати на обслуговування машинно-тракторного парку й забезпечити оптимізацію сільськогосподарських робіт (внесення засобів захисту рослин, добрив і ін.). В Ізраїлі [5] на сьогодні менше 20% ґрунтів придатні для сільського господарства, але потреба населення в продуктах харчування забезпечена фермерами на 95%. Керівництво Ізраїля підтримує аграрний сектор на рівні субсидій до 40% від вартості купівлі та справдження нових технологій. основними компонентами "розумового" підходу є: програмне забезпечення, системи зрошення, інновації у збиральній техніці. Запровадження інтенсивних технологій у сільському господарстві компенсує недостатність природних ресурсів, стимулює зростання прибутків при зниженні ресурсних витрат. Одним із новітніх напрямів використання смарт-логістичних підходів є побудова вертикального сільського господарства на обмеженому територіальному просторі. Концепція вертикального сільського господарства – це ведення сільського господарства, направлене на забезпечення населення продовольством та сировиною на засадах використання технологій та архітектури вертикальних поверхонь [6].

В Україні близько 13% підприємств аграрного сектору впроваджують технології "точного" землекористування (технології управління земельними ресурсами з урахуванням внутрішньопольової варіабельності середовища існування рослин [7]). Найбільш перспективними напрями реалізації смарт-технологій в агрологістиці вважаються: рішення по землекористуванню [8], на основі проектів геоінформаційних систем з елементами супутникової навігації; "хмарні" технології управління контрактами та доступом даних – забезпечують захист інформації та унікальність контрактів; моніторинг та контроль операційних процесів в рослинництві та тваринництві – використання датчиків забезпечує постійний доступ до інформації про стан тварин, рослин, полів та ін.

1. Офіційний сайт Продовольчої та сільськогосподарської організації Об'єднаних націй. – [FAO]: <http://www.fao.org/europe/news/detail-news/ru/c/1118401/>.
2. Doran, G. T. (1981). *There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives. Management Review, Volume 70, Issue 11(AMA FORUM), pp. 35-36.*
3. Потапова Н. А. *Перспективи розвитку агрологістики на ринках сільськогосподарських культур/ Н.А. Потапова// ЕКОНОМІКА. ФІНАНСИ. МЕНЕДЖМЕНТ: актуальні питання науки і практики. – 2017. – №1. – С. 28 – 36.*
4. SMART сельское хозяйство: опыт, проблемы, перспективы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sk.ru/news/m/skmedia/18838/download.aspx>.
5. Офіційний сайт Smart Farming World Summit Russia. – Режим доступу: <http://smartfarmrussia.ru/novosti/5-smart-texnologij,-kotoryie-pomogayut-fermerskim-hozyajstvam-izrailya-byit-odnimi-iz-samyix-innovacionnyix-v-mire>.
6. Капелюк З.А., Алетдинова А.А. *Вертикальное сельское хозяйство как новая концепция развития аграрного сектора/ З.А. Капелюк, А.А. Алетдинова// Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». Том 9. – 2017. – №6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naukovedenie.ru/PDF/60EVN617.pdf>.*
7. Якушев В. П., Якушев В. В., Матвеевко Д. А. *Роль и задачи точного земледелия в реализации национальной технологической инициативы / В. П. Якушев, В. В. Якушев, Д. А. Матвеевко// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agrophys.ru/Media/Default/JournalAgrophysica/Agrophysika1-2017/full1-017/Yakushev.PDF>.*
8. Дорош Й. М. *Прогнозування розвитку земельних відносин залежно від зміни структури регіонального землекористування/ Ефективна економіка. – № 11. – 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=817>.*