

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0222U002892

Державний реєстраційний номер: 0117U003055

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 16-02-2022

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Формування інноваційної моделі розвитку аграрних підприємств на основі екологічно орієнтованого та соціально-відповідального маркетингу

Початок етапу: 01.2017

Закінчення етапу: 12.2021

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 00493675

Місцезнаходження: вул. Сергія Єфремова, буд. 25, м. Дніпро, Дніпровський р-н., Дніпропетровська обл., 49600, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380567448132, 380567440867

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 00493675

Місцезнаходження: вул. Сергія Єфремова, буд. 25, м. Дніпро, Дніпровський р-н., Дніпропетровська обл., 49600, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380567448132

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7704 - власні кошти, кошти підприємств, установ, організацій, фізичної особи на виконання ініціативних робіт

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 0.000

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Маркетинг інновацій та інноваційної продукції аграрного сектору

Назва роботи англійською:

Innovation and marketing innovative products of the agricultural sector

Реферат українською:

Встановлено, що здійснення господарської діяльності на засадах маркетингу інновацій дозволить аграрному підприємству знайти і реалізувати ринкові можливості інноваційного розвитку для підвищення рівня його конкурентоспроможності, укріплення ринкових позицій, підвищення ефективності функціонування, забезпечення умов тривалого виживання і розвитку. Доведено, інноваційна діяльність аграрних підприємств потребує відповідного маркетингового забезпечення та підтримки. Виявлено, що для активізації інноваційного розвитку аграрних підприємств доцільно: вдосконалювати нормативно-правове регулювання інноваційної діяльності; здійснювати технічне і технологічне переоснащення; розробляти більш досконалий механізм стимулювання інноваційної активності; розвивати відповідну інноваційну інфраструктуру; формувати якісно нові системи маркетингового, організаційно-економічного, інформаційно-консультаційного, освітнього забезпечення сільськогосподарських виробників; а також впроваджувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології та використовувати інструменти цифрового маркетингу. Досліджено, що в умовах ринку рівень конкурентоспроможності та фінансової стійкості аграрного підприємства залежить від інноваційної стратегії. Інноваційна стратегія є частиною стратегії розвитку підприємства й може бути спрямована на ефективне використання й збільшення потенціалу підприємства й часто розглядається як відповідна реакція на зміну макросередовища. Визначено, що з вибором стратегії пов'язана розробка планів НДДКР та інших форм інноваційної діяльності. Інноваційна стратегія повинна передбачати різноманітний розвиток подій та адекватно реагувати на зовнішні та внутрішні загрози. Тому, сьогодні проблема вибору оптимальної інноваційної стратегії актуальна для вітчизняних аграрних підприємств, так як у зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу ринкова економіка здобуває усе більш інноваційний характер.

Реферат англійською:

It is established that the implementation of economic activity on the basis of innovation marketing will allow agricultural enterprises to find and implement market opportunities for innovative development to increase its competitiveness, strengthen market position, improve efficiency, ensure long survival and development. It is proved that the innovative activity of agricultural enterprises needs appropriate marketing support. It is revealed that for activation of innovative development of agrarian enterprises it is expedient: to improve normative-legal regulation of innovative activity; carry out technical and technological re-equipment; to develop a better mechanism for stimulating innovation activity; develop appropriate innovation infrastructure; to form qualitatively new systems of marketing, organizational and economic, information and consulting, educational support of agricultural producers; as well as to introduce modern information and communication technologies and use digital marketing tools. It is investigated that in the market conditions the level of competitiveness and financial stability of the agricultural enterprise depends on the innovation strategy. Innovation strategy is part of the enterprise development strategy and can be aimed at the effective use and increase of enterprise potential and is often seen as an appropriate response to changes in the macroenvironment. It is determined that the choice of strategy is related to the development of R&D plans and other forms of innovation. The innovation strategy must anticipate a variety of developments and adequately respond to external and internal threats. Therefore, today the problem of choosing the optimal innovation strategy is relevant for domestic agricultural enterprises, as in connection with the development of scientific and technological progress, the market economy is becoming more

innovative.

Індекс УДК: 658.5, 631.11.009.12

Коди тематичних рубрик: 06.81.19

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Багорка Марія Олександрівна

Науковий ступінь: д. е. н., к. с.-г. н.

Вчене звання: доц., професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Маркетинг інновацій та інноваційної продукції аграрного сектору

Назва НТП англійською: Marketing of innovations and innovative products of the agricultural sector

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методи, теорії, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Агробізнес

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Здійснення господарської діяльності на засадах маркетингу інновацій дозволить аграрному підприємству знайти і реалізувати ринкові можливості інноваційного розвитку для підвищення рівня його конкурентоспроможності, укріплення ринкових позицій, підвищення ефективності функціонування, забезпечення умов тривалого виживання і розвитку

Соціально-економічна спрямованість НТП: Збільшення обсягів виробництва, Поліпшення стану навколишнього середовища, Підвищення продуктивності праці

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу:

Закінчення етапу:

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обґрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

1. Особливості інвестиційного забезпечення розвитку органічного агровиробництва в Україні./ Р.М. Безус, І.А.Білоткач //Щомісячний науковий журнал «Молодий вчений».-2017. – №3. – С. 581-585.
2. Безус Р.М.,Лещенко О.Ю.Інвестиційна стратегія аграрних виробників органічної продукції в конвенсійному та постконвенсійному періодах./ Р.М.,Безус, О.Ю.Лещенко//Науковому віснику Ужгородського університету.-2017. – №2. – С. 62-67.

3. Абрамович І.А. Тенденції розвитку глобального маркетингу на прикладі сучасного світового ринку золота /І.А. Абрамович//Збірник наукових праць «Економічний простір», Придніпровська Державна Академія будівництва та архітектури.-2017.- №118.- С.5-15.
- 3.Абрамович І.А.Товарний асортимент підприємства: сутність та умови формування/І.А. Абрамович//Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 12. Частина 1. – Ужгород. – 2017. – С. 6-10.
- 4.Білоткач І.А.Інституціональні особливості розвитку і регулювання органічного агровиробництва/І.А.Білоткач//Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка».-2016. – №11-12. – С. 102-108.
- 5.Білоткач І.А.Теоретичні основи інституціональних трансформацій в ринковому середовищі/І.А. Білоткач//Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки».-2017. – №1. – С.115-122.
- 6.Білоткач І.А.Оцінка формальних і неформальних обмежень ринку органічного агро виробництва/І.А. Білоткач//Науково-практичний журнал «Агросвіт».-2017. – №11. –С. 20-26.
- 7.Білоткач І.А.Особливості методичних підходів до оцінки ефективності розвитку ринку органічного агровиробництва/І.А. Білоткач//Науково-практичний журнал «Інвестиції: практика та досвід».-2017. – №13. – С. 25-30.
- 8.Кадирус І.Г.,Ільченко Т.В.Актуальність та значення маркетингу в збутовій політиці аграрного підприємства/І.Г.Кадирус, Т.В. Ільченко//Економічний простір: Збірник наукових праць. ПДАБА.-2017. №121. – с. 168-178.
- 9.Багорка М.О.Система екологічного маркетингу в аграрному виробництві /М.О. Багорка//Науковий вісник Ужгородського національного університету.-2016. – Вип. 10. Частина 1. – С. 26-30.
- 10.Багорка М.О.Основи стратегічного планування маркетингової стратегії екологізації аграрного виробництва[Електронне наукове фахове видання]/ М.О. Багорка//Глобальні та національні проблеми економіки / <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/11.pdf>.-2017. – Вип. №15. – С. 53-57.
- 11.Багорка М.О.Стратегічний аналіз основних факторів макро- і мікро середовища аграрного виробництва на шляху до екологізації/ М.О. Багорка //Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство».-2017. Випуск 12. Частина 1.– С. 14-19.
- 12.Багорка М.О.Формування екологічно орієнтованого комплексу маркетингу в аграрному виробництві/М.О. Багорка//Міжнародний науково-виробничий журнал «Економіка АПК».-2017. – №5, травень. – С. 43-51.
- 13.Багорка М.О.Методологічний інструментарій під час формування маркетингової стратегії екологізації аграрного виробництва[Електронне наукове фахове видання] «Економіка та суспільство» / <http://economyandsociety.in.ua>.-2017. – №11. – С. 47-53.
- 14.Багорка М.О.Роль стратегічного аналізу у формуванні стратегії екологічного маркетингу в аграрному виробництві/ М.О. Багорка //Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова.-2017. – Т.21. Випуск 4. (46). Серія: «Економіка». – С. 58-62.
- 15.Безугла Л.С.Development of social marketing in modern conditions of enterprise activities[Електронне наукове фахове видання] Економіка та суспільство / <http://economyandsociety.in.ua>.-2017. – №11. – С. 162-166.
- 16.Миронова О.О. Особливості моделей бізнес-процесів сільськогосподарського виробництва[Електронне наукове фахове видання]/ О.О.Миронова //Глобальні та національні проблеми економіки / <http://global-national.in.ua/> -2017. – № 18. (електронне видання).
- 17.Миронова О.О.Процесна організація виробництва/Миронова О.О.//Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент».-2017. – № 25.

- 18.Безус Р.М.,Дуброва Н.П., Пашенко О.С.Фінансово-економічна безпека аграрного сектору/ Р.М.Безус, Н.П.Дуброва, О.С. Пашенко//Електронне фахове видання «Ефективна економіка» / Режим доступу <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5412>.-2016. – №12.
19. Багорка М.О.Обґрунтування необхідності формування маркетингової стратегії екологізації в управлінні аграрним виробництвом/ М.О. Багорка //Науковий вісник ХДУ. – Випуск 20. Частина 1. Серія: «Економічні науки».-2016. – С. 34-39.
- 20.Багорка М.О.Інноваційні напрями розвитку стратегії екологічного маркетингу в аграрному виробництві/Багорка М.О.//Науковий журнал «Причорноморські економічні студії».-2016. – Вип. 11. – С. 65-70.
- 21.Багорка М.О.Формування маркетингової стратегії екологізації аграрного виробництва/Багорка М.О.//Наукові праці Полтавської державної аграрної академії.-2016. – Випуск 1(12). – С.233-239.
- 22.Багорка М.О.Стан та проблеми розвитку ринку органічної продукції в Україні/Багорка М.О.//Науковий журнал «Причорноморські економічні студії».-2017. – Вип. 14. – С. 29-33.
- 23.Багорка М.О.Системний та ситуаційний підходи як методологічна основа формування маркетингової стратегії екологізації аграрного виробництва/ Багорка М.О.//Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» Національний авіаційний університет.-2017. – №4(60). – С. 28-34.
- 24.Абрамович І.А.Стратегія маркетингу/І.А.Абрамович//Науковий вісник Херсонського державного університету.-2016. – № 21 - 1. – С. 50-53.
- 25.Курбацька Л.М.,Ільченко Т.В., Кадирус І.Г.Теоретичні аспекти маркетингового забезпечення ефективної розподільчо-збутової політики аграрного підприємства/ Л.М.Курбацька, Т.В.Ільченко, І.Г.Кадирус//Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки».Випуск 21. Частина 1. Херсон: Видавничий дім «Гельветика». -2016.- С. 122-127.
- 26.Курбацька Л.М.,Кадирус І. Г., Ільченко Т. В., Захарченко Ю. В.Формування збутової маркетингової стратегії хлібобулочної продукції /Курбацька Л.М.,Ільченко Т.В., Кадирус І.Г.//Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету.-2017. – № 2(44). – с. 51-54.
- 27.Сиченко О.О.Принципи та методи соціального планування в державній соціальній політиці/ О.О.Сиченко //Вісник Академії митної служби України. – №16.Дніпропетровськ: АМС України.- 2016. – С. 48 – 52.
- 28.Сыченко О.О.Диалогические отношения в символическом пространстве/ О.О.Сиченко//Сборник материалов Межр. института гештальт-терапии и искусства.-Днепр: МИГИС. -2016. – С.46 – 62.
- 29.Багорка М.О.Маркетинговий менеджмент в системі управління аграрним підприємством та шляхи його удосконалення/М.О. Багорка//Науковому віснику Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки», Випуск 26.-2017.-editor@ej.kherson.ua
- 30.Багорка М.О. Маркетингова стратегія екологізації аграрного виробництва як основний напрям інноваційної діяльності аграрних підприємств/ М.О. Багорка //«Вісник Одеського національного університету. Економіка»econom@visnyk-onu.od.ua
- 31.Багорка М.О.Methodological instrument for forming the marketing strategy of agricultural production ecologyzation/М.О. Багорка//Журнали «Baltic Journal of Economic Studies».Vol. 3 (2017) No. 4 September-info@molodyvcheny.in.ua
- 32.Багорка М.О.Комплексна еколого-економічна оцінка землекористування в Україні/М.О. Багорка//Фаховий науковий журнал «Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»Випуску №27/2017.editor@vestnik-econom.mgu.od.ua.
- 33.Кадирус І.Г. Бенчмаркінг, як інструмент аналізу конкурентоспроможності підприємства/ І.Г. Кадирус //Збірник наукових праць до 95-річчя Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету.

- 34.Льченко Т.В.Використання маркетингу при плануванні ефективної системи збуту продукції аграрних підприємств/Т.В. Льченко//Збірник наукових праць до 95-річчя Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету.
- 35.Zakharchenko Y. Formation of the investment climate in ecologically-focused grain production in Ukraine. In: National Economic Development and Modernization: experience of Poland and prospects for Ukraine/ Y.Zakharchenko //Collective monograph. – Vol. 2. Poland: “Izdevnieciba “Baltija Publishing”.-2017. – p. 25-39.
- 36.Багорка М.О.,Воловик Д.В.,Туболец К.Г.Інноваційна діяльність та економічна безпека підприємств: [колективна монографія]Дніпро: Пороги 2017. – С. 385-396.
37. Багорка М.О.Теорія і практика діяльності підприємств: [колективна монографія] Маркетингова стратегія екологізації аграрного виробництва як основний напрям інноваційної діяльності аграрних підприємствДніпро: Пороги. -2017. – С. 356-365.
- 38.Абрамович І.А.,Воловик Д.В.Фінансово-облікове забезпечення сталого розвитку аграрного сектора України: [колективна монографія] Особливості маркетингу діяльності агропідприємств. Класифікація складових ресурсного потенціалу аграрних підприємств Дніпро: Герда.- 2017.- С. 174-184.
- 39.Bezus R.,Bilotkach I.Development of organic farmers’ cooperatives: USA, EU and Ukraine./ R. Bezus, I.Bilotkach //Baltic Journal of Economic Studies-2018, Vol. 4 (March), pp. 15–21.<https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-24-310>.
- 40.G. Pavlova, O. Honcharenko, R. Bezus, O. Masliaieva, K. Didur.Conceptual basis for innovative potential of agricultural production implementation/ G. Pavlova, O. Honcharenko, R. Bezus, O. Masliaieva, K. Didur //Academy of Entrepreneurship Journal-2018, Volume 24, Issue 2, pp.1–6.
41. O.D. Derkach, O.S. Kabat, V. L. Kovalenko, V. A. Kotok, R.M. Bezus-Investigation of the influence of fullerene-containing oils on tribotechnical characteristics of metal conjunction-ARPN Journal of Engineering and Applied Sciences-2018, VOL. 13, NO. 14, JULY 2018 pp. 4331-4336.
42. Bagorka M.-Methodological instruments for forming the marketing strategy of agricultural production ecologization-Baltic Journal of Economic Studies-2017. – Vol. 3, № 4. Riga: Izdevnieciba «Baltija Publishing». – pp. 7–11
file:///D:/Downloads/Baltic%20Journal%20of%20Economic%20Studies%20%E2%84%96%204_2017%20(1).pd
43. Багорка М.О.Маркетингова стратегія екологізації виробництва як основний напрям інноваційної діяльності аграрних підприємств//Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова-2017. – Т. 22. Випуск 5 (58). Серія «Економіка». – С. 43–47.
44. Багорка М.О.Комплексна екологічно-економічна оцінка землекористування в Україні.//Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»-2017. – №27. – С. 55–59.
45. Багорка М.О. Основні напрями та механізми екологізації аграрного виробництва.//Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»-2017. – Випуск 16.-С.13–17. Режим доступу:http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/16_1_2017ua/5.pdf
46. Bagorka M.-Directions of marketing strategy development for agricultural production ecologization//Problemy drobnich gospodarstw rolnych. -п 2017. п Nr 4. п Р. 21–29.Режим доступу: <http://pdgr.ur.krakow.pl/>
47. Донських А.С.,Демчук Н.І. Економічна сутність конкурентоспроможності підприємства та шляхи її підвищення-[Електронне наукове фахове видання] «Економіка та суспільство»-2017. – №13. Режим доступу:<http://economyandsociety.in.ua/journal-13/20-stati-13/1477-demchuk-n-i-donskikh-a-s-yasinskij-v-m>
- 48.Багорка М.О. Основні складові мотиваційного механізму екологізації аграрного виробництва//Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»-2018. – Вип.1-1 (44).-С.62–67.Режим доступу: <http://www.business->

navigator.ks.ua/journals/2018/44_1_2018/14.pdf

49.Багорка М.О. Екологізація аграрних підприємств – основний складник концепції сталого розвитку//Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»-2018.-Вип.26, ч.1.-С. 99-104. Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/21.pdf

50. Багорка М.О., Челак В.В. Маркетингові дослідження на аграрному ринку України: особливості та перспективи//Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»-2018. – Вип. 20, ч. 1. – С. 32-37. Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/20_1_2018ua/9.pdf

51.Безугла Л.С., Рибак І.О. Формування збутової політики аграрного підприємства. «Причорноморські економічні студії»//Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»-Випуск 33. – С.65-69. Режим доступу:http://bses.in.ua/journals/2018/33_2018/15.pdf

52.Багорка М.О.Державна політика розвитку та стимулювання екологізації виробництва аграрних підприємств//Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія «Економіка та підприємництво»-2018. – №3 (102). – С. 4-12. Режим доступу:
http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2018/3_2018/3.pdf

53.Льченко Т.В. Актуальні аспекти формування ефективної маркетингової комунікаційної політики підприємства//Науковий вісник УжНУ. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»-2018. – № 18. Частина2.-С.29-33. Режим доступу:http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_2_2018ua/8.pdf

54.Льченко Т.В.Актуальні аспекти розробки ефективної програми стимулювання збуту промислової продукції//Науковий економічний журнал «Інтелект XXI»-2018.-№ 2.-С. 80-84. Режим доступу:http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_2/16.pdf

55.Абрамович І.А.Інноваційні інструменти комплексу маркетингу підприємств АПК//Науковий вісник Херсонського державного університету-2017. – Вип. 27. Ч.1.-С.107-110.Режим доступу:http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_27/economic_27_1.pdf

56.Абрамович І.А., Вязовська Є.С., Зєва М.О. Сутність та особливості кооперативного маркетингу в Україні- [Електронне наукове фахове видання] «Приазовський економічний вісник»-2018. – Вип. 3 (08). Режим доступу: <http://rev.kru.zp.ua/vypusk-3-08>.

57.Абрамович І.А., Єфименко А.Ю. Бренд — сутність та особливості застосування в сільському господарстві //Науковий журнал «Інвестиції: практика та досвід»-2018.-№21.-С.45-48. Режим доступу:
http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2018/10.pdf

58. Донських А.С., Ткаченко А.С. Роль економічного аналізу в системі управлінського обліку//Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор» -2018. -№4(47).Режим доступу: http://business-navigator.ks.ua/journals/2018/47_2018/14.pdf

59. Донських А.С., Якубенко Ю.Л.Економічна сутність процесу реалізації сільськогосподарської продукції//Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»-2018.-№32. Режим доступу:
http://bses.in.ua/journals/2018/32_2018/19.pdf

60. Миронова О.О. Особливості управління бізнес-процесами підприємств АПК//Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» -2018. – №4. – С. 21-28. Режим доступу:<https://www.inter-nauka.com/ua/issues/economic2018/4/3638>

61. Myronova O.O. Formation of the management system for business processes of an agricultural enterprise//European Journal of Humanities and Social Sciences-2018.-№2.-С.98-103. Режим доступу:https://ppublishing.org/upload/iblock/ff1/EJH-2_2018.pdf

62. Миронова О.О.Формування системи управління сільськогосподарськими підприємствами в межах процесного підходу//Науковий вісник Херсонського державного університету.-2018.-№29.-С.173-176. Режим доступу:http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_29/1/42.pdf
63. Юрченко Н.І. Стратегія маркетингу як фактор підвищення ефективності туристичної галузі//Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»-2018. – Час. 3, Випуск 18. – С. 159-163.
64. Юрченко Н.І.Глобалізація економіки та вибір нових організаційних форм управління в індустрії туризму//Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»-2018. – Ч. 1, Випуск 29. – С. 137-140.
65. Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Бенчмаркінг, як інструмент аналізу конкурентоспроможності підприємства//Збірник наукових праць до 95-річчя Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету-Дніпро: Свідлер А.Л. – 2017. – с. 237-243.
66. Ільченко Т.В.Використання маркетингу при плануванні ефективної системи збуту продукції аграрних підприємств//Збірник наукових праць до 95-річчя Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету-2017. – Дніпро: Вид-во «Свідлер А.Л.». – С. 221-227.
67. Сиченко О.О. Індивідуальний підхід у психології маркетингу взаємовідносин з клієнтами//Науково-практичний журнал «Методичні основи науково-практичної діяльності в аграрно-економічній галузі»-№1. – Дніпро: «Свідлер», 2017. – С.146 – 158.
- 68.Сиченко О.О.Психологічні чинники маркетингу відносин в посиленні лояльності споживачів//Науково-практичний журнал «Методичні основи науково-практичної діяльності в аграрно-економічній галузі»-№1. – Дніпро: «Свідлер», 2017. – С. 56 – 62.
- 69.Білоткач І.А. Соціально-економічні наслідки інституціональних трансформацій органічного аграрного сектору України//Науково-практичний журнал «Агросвіт»-2018. – №7. – С. 8-17.
- 70.Багорка М.О., Козинець А.В.-Формування комплексу маркетингу на сільськогосподарському підприємстві- [Електронне наукове фахове видання] «Інфраструктура ринку»-2018. – Вип. №24.Режим доступу: <http://www.marketinfr.od.ua/uk/24-2018.pdf>
- 71.Ільченко Т.В., Улановська А.В.Процес формування екологічного маркетингу на аграрному підприємстві- [Електронне наукове фахове видання] «Інфраструктура ринку»-2018. – № 24. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.market-infr.od.ua/uk/24-2018>
- 72.Безугла Л.С., Пороходнічен-ко К.Р. Формування маркетингової збутової політики підприємства- [Електронне наукове фахове видання] «Інфраструктура ринку»-2018. – Вип. №24.Режим доступу: <http://www.marketinfr.od.ua/uk/24-2018.pdf>
- 73.Кадирус І.Г., Донських А.С., Левковська К.І. Формування маркетингових стратегій у забезпеченні конкурентоспроможності аграрних підприємств//Науково-виробничий журнал «Інвестиції: практика та досвід»-2018. – № 22
- 74.Крючко Л.С.Методологія інтеграційної та коопераційної взаємодії в сільському господарстві//Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. --2018. – №22. – С.36-48.
- 75.Bagorka M.Mechanisms of interaction between competitiveness and innovation in modern economic relations: collective monograph.// Informācijas Sistēmu Menedžmenta Augstskola Ukraine.Mechanisms of the formation of marketing strategy for agricultural production ecologization-Collective monograph. – Riga, Latvia-2017. – pp. 143-151.
- 76.L.Kubratska, I.Kadyrus-Mechanisms of interaction between competitiveness and innovation in modern economic relations. Estimation of marketing environment for an industrial enterprise-Collective monograph. – Riga, Latvia-2017. – Vol. 3. pp. 19-30.

- 77.Donskykh A. S-National Economic Development and Modernization: experience of Poland and prospects for Ukraine.Clusterization as the innovative component of increasing competitiveness in the production of sunflower seeds-Collective monograph. –Poland: «Izdevnieciba “Baltija Publishing»-2017. – Vol. 2. 348 p.
- 78.I.Bilotkach, R.Bezus Actual aspects of organic agricultural development in Ukraine.Basic organizational and economic problems of development of organic production in Ukraine Collective monograph.- Vienna. 2018. – pp. 50-66.
- 79.Yakubenko Y.,Kadyrus I., Donskukh A The economics of the XXI Century: Current State and Development Prospects.Role of the marketing strategy in formation of competitive advantages for agricultural enterprises Collective monograph - London. 2018. – pp. 182-199.
- 80.Bagorka M. The economics of the XXI Century: Current State and Development Prospects.Ecologization of the production at agrarian enterprises as the main component in the concept of sustainable development and food security of the country Collective monograph - London. 2018. – pp. 134-149.
- 81.Bagorka M. Management of the 21 ST Century: globalization challenges. Harmonization of marketing management in providing of the organic production development Collective monograph - Prague 2018. – p. 123-129.
- 82.Bagorka M. Bezuhla L. The system of ecological-economical management in agrarian production and main directions of its implementation in Ukraine.Scientific development and achievements Collective monograph. – London.- Volume 1. London 2018. – p. 66-77.
- 83.Багорка М.О., Писаренко В.В.,Кадирус І.Г.,Крючко Л.С.,Шнаров О.О. Бізнес-моделі розвитку транспортних, агропромислових і інших підприємницьких структур: сучасні реалії та перспективи [колективна монографія] -за ред. Л.М. Савчук, Л.М.Бандоріної. – Дніпро: Пороги-2018. – С. 236-250.
- 84.Безугла Л.С.Бізнес-моделі розвитку національної економіки та підприємницьких структур: сучасні реалії та перспективи: [колективна монографія]Інноваційний розвиток системи екотуризму на засадах функціонування бізнесу.-за ред. Л.М. Савчук, Л.М.Бандоріної. – Дніпро: Пороги-2018. – С. 296-305.
- 85.Багорка М.О.-Маркетингова стратегія підприємств органічної продукції-Полтава: ТОВ НВП «Укрпромторгсервіс»-2018. – 333 с.
- 86.Bezus R., Bilotkach I., Kurbatska L., Koberniuk S., Kadyrus I. Strategic Imperatives of Institutional Development of Organic Market Режим доступу: http://webbut.unitbv.ro/bulletin/Series%20II/Contents_II_1_2019.html-//Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series II - Forestry, Wood Industry, Agricultural Food Engineering-2019,Vol. 12 (61), No. 1.- pp.97-108.
- 87.Bezus R., Samofal O. Challenges of small-scale farming in Ukraine. Режим доступу:<http://agrolifejournal.usamv.ro/index.php/scientific-papers/412-challenges-of-small-scale-farming-in-ukraine-412->//AgroLife Scientific Journal-2019, Vol 8. №1 p. 35-42.
- 88.О.М. Kunah, О.Ye. Pakhomov, А.А. Zymarioieva, N.I. Demchuk, R.M. Skupskyi,L.S. Bezuhla, Y.P. Vladyka.Agroeconomical and agroecological aspects of the rye yields spatial variation within Polesia and Foreststeppe zones of Ukraine: the usage of the geographically weighted principal components analysis. Режим доступу: <https://ecology.dp.ua/index.php/ECO/article/view/956-Biosystems-Diversity-2018>, Volume 26 (4), -p. 276-285.
- 89.Zhukov, O.V., Pelana, T.O., Demchuk, O.M., Demchuk, N.I., Koberniuk, S.O.-*Agroecological and agroeconomic aspects of the grain legumes (pulses) yield dynamic within the Dnipropetrovsk region (period 1966-2016). Режим доступу: <https://ecology.dp.ua/index.php/ECO/article/view/802-Biosystems-Diversity-2018>, Volume 26 (2),-p. 170-176.
- 90.L. Bezuhla, I. Kinash, U. Andrusiv, O. Dovgal.-Attracting Foreign Direct Investment as an Economic Challenge for Ukraine in the Context of Globalization. Режим доступу: <https://www.atlantis->

press.com/proceedings/mdsmes-19/125919214-2019 7th International Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System (MDSMES 2019) Atlantis Press-2019, Volume 99, p. 195-200.

91.Khalatur S., Gediminas R., Velychko L., Fesenko V., Kriuchko L. Global deoffshorization and its impact on the national and regional economies of eastern European countries Режим доступу:

[https://www.researchgate.net/publication/335567089_//Problems and Perspectives in Management-2019, Vol.17 \(3\), p.293-305](https://www.researchgate.net/publication/335567089_//Problems and Perspectives in Management-2019, Vol.17 (3), p.293-305).

92.Багорка М.О. Імплементация і ефективність маркетингових стратегій екологізації виробництва аграрних підприємств. Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_33/15.pdf // Науковий вісник ХДУ. Серія: «Економічні науки»-2019, Випуск 33. Частина 1,-С. 72-77.

93.Багорка М.О. Комплексний методичний підхід до формування маркетингової стратегії екологізації виробництва аграрних підприємств. Режим доступу: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_70_2_2019_ukr/17.pdf //Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» Національний авіаційний університет-2019, № 2 (70), С. 121-127.

94.Багорка М.О.Шляхи формування екологічно орієнтованого господарювання аграрних підприємств. Режим доступу:http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_71_1_2019_ukr/23.pdf //Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» Національний авіаційний університет-2019, № 3 (71).-С. 155-163.

95.Багорка М.О. Концепція екологічного маркетингу в маркетинговій стратегії сталого розвитку виробництва аграрних підприємств. Режим доступу: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2019/2019_3/3.pdf //Науковий економічний журнал «Інтелект XXI»-2019, № 3.- С. 23-28.

96.Багорка М.О.,Путінова Ю.Є. Маркетингове забезпечення промислового підприємства.Режим доступу: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_3/12.pdf //Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»-2019, Том. 30 (69), № 3.-С. 59-66.

97.Kharytonov M., Martynova N., Babenko M., Rula I., Sytnyk S., Bagorka M, Gavryushenko O.//Bioenergetic assesment of sweet sorghum grown on reclaimed lands. Режим доступу: <http://acta.fih.upt.ro/pdf/2019-3/ACTA-2019-3-18.pdf> //Bulletin of Engineering-2019, Tome XII, pp.89-92.

98.Багорка М.О., Мартинюк В.В. Формування портфеля маркетингових інструментальних стратегій підприємств. Режим доступу: <http://psae-jrnl.nau.in.ua/72-2019/> //Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» Національний авіаційний університет-2019, № 4 (72). -С. 178-185.

99.Багорка М.О.Розроблення альтернативних маркетингових стратегій за видами органічної продукції. Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_1_2019ua/8.pdf //Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.-2019, Випуск 24.-С. 22-27.

100.Bahorka M.O.Methodological basis for forming the marketing strategy of agricultural production ecologyzation. Режим доступу:http://bses.in.ua/journals/2019/37_2019/15.pdf //Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»-2019, Випуск 37.-С. 71-75.

101.Bahorka.M. Formation of the system of ecological-economical management of ecologization of agrarian production. Режим доступу: <http://are-journal.com/are/issue/view/17> //«Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal»-2019, Vol.5. No. 1.-pp. 5-18.

102.Багорка М.О. Формування інноваційної моделі функціонування аграрних підприємств на засадах екологізації та сталого розвитку. Режим доступу: [http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn_econom_23_5\(70\).pdf](http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn_econom_23_5(70).pdf) //Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова-2018, № 5. (70). - С. 43-47.

- 103.Багорка М.О., Козинець А.В.Формування комплексу маркетингу на сільськогосподарському підприємстві. Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/24_2018_ukr/20.pdf/Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»-2018, № 24.-С. 105-109.
- 104.Безус Р.М., Курбацька Л.М.,Кадирус І.Г. Сучасні тенденції функціонування та розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. Режим доступу:<http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2881&i=0>/Журнал «Агросвіт»-2019, № 10. - С. 3-10.
- 105.Білоткач І.А.Інституціональне забезпечення розвитку інфраструктури ринку органічної сільськогосподарської продукції. Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2019/4.pdf-Журнал «Інвестиції: практика та досвід»-2019, №3. -С. 12-20.
- 106.Безугла Л.С.Ресурсозберігаючі технології виробництва органічної продукції запорука розвитку екологічного туризму в регіоні. Режим доступу: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4275&i=6>/Журнал «Економіка та держава»-2019, № 3. - С. 39-42.
- 107.Демчук Н.І., Безугла Л.С., Ткаліч О.В. Внутрішня торгівля в Україні: стан та перспективи розвитку. Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2019/22.pdf/Журнал «Інвестиції: практика та досвід»-2019, № 11. -С. 111-114.
- 108.Безугла Л.С., Воловик Д.В. Концептуальні засади діяльності туристичних підприємств в Україні. Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/25_1_2019ua/6.pdf/Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.-2019, № 25.-С. 20-23.
- 109.Безугла Л.С. Стратегия развития предприятий экотуризма как фактор повышения их конкурентоспособности. Режим доступу: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2019_24_3/13.pdf/Вісник Одеського національного університету. Економіка-2019, № 3 (76). Том 24. -С. 63-67.
- 110.Безугла Л.С.Соціально-економічні аспекти розвитку підприємств санаторно-курортного туризму в Україні. Режим доступу: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_3/13.pdf //Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: «Економіка і управління» - 2019, Том 30 (69). №3,- С. 67-74.
- 111.Демчук Н.І., Безугла Л.С. Синергетичний гістерезис як інно-ваційне явище в економіці підприємства. Режим доступу: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_71_1_2019_ukr/28.pdf-Національний авіаційний університет «Проблеми системного підходу в економіці»-2019,Випуск 3 (71), частина 1.-С. 192-198.
- 112.Безугла Л.С., Демчук Н.І.Соціально-економічні аспекти і передумови розвитку підприємств галузі екотуризму. Режим доступу: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2954&i=3>-/Журнал «Агросвіт»-2019, №18. - С. 24-28.
- 113.Безугла Л.С., Агафонов О.Д., Гладкий Д.Р.Формування маркетингової товарної політики підприємства. Режим доступу: <http://www.market-infr.od.ua/uk/2019/>/Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»-2019, № 35.-С. 133-137.
- 114.Льченко Т.В. Інтегровані маркетингові комуні-кації як запорука конкурентоспро-можності аграрного підприємства. Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/40.pdf/Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»-2019, № 31. - С. 257-262.
- 115.Кобернюк С.О. Розвиток аграрного маркетингу в Україні. Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2019/11.pdf/Журнал «Економіка та держава»-2019, № 5. - С. 45-48.
- 116.Дуброва Н.П., Крючко Л.С. Формування комплексної системи маркетингу у банку. Режим доступу:http://www.economy.in.ua/pdf/5_2019/15.pdf. /Журнал «Економіка та держава»-2019, № 5. - С. 64-67.

- 117.Льченко Т.В. Особливості маркетингу в агробізнесі. Режим доступу: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2974&i=2/> Журнал «Агросвіт»-2019, № 20- С. 19-23.
118. Гальцова О.Л., Юрченко Н.І. Сучасні аспекти розвитку системи оподаткування туристичної індустрії в національній економіці України. Режим доступу: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/12.pdf /Електронний науковий журнал «Приазовський економічний вісник»-2019, №3 (14) -С. 60-65.
119. Юрченко Н.І. Принципи формування конкурентоспроможного бренду в туристичній галузі. Режим доступу: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_71_2_2019_ukr/36.pdf / Національний авіаційний університет «Проблеми системного підходу в економіці»-2019, №3 (71) Ч 2.- С. 248-256.
120. Кадирус І.Г., Донських А.С., Якубенко Ю.Л. Економічні особливості збутової діяльності аграрних підприємства. Режим доступу: <https://modecon.mnau.edu.ua/economic-features-of-sales-activity/> /Електронне наукове видання з економічних наук «Modern Economics»-2019, № 15.-С. 102-107.
- 121.Льченко Т.В. Інтегровані маркетингові комунікації як запорука конкурентоспроможності аграрного підприємства. Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/40.pdf /Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»-2019, № 31-С. 257-262.
- 122.Donskykh A.S., Kadirus I.H., Yakubenko Yu.L. Role of marketing in increasing competitiveness of agrarian enterprises. Режим доступу: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_71_2_2019_ukr/35.pdf / Національний авіаційний університет «Проблеми системного підходу в економіці»-2019, № 3 (71) -С. 243-247.
123. Гальцова О.Л., Юрченко Н.І. Основні аспекти туристичної галузі України в період Євроінтеграції Режим доступу: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/12.pdf /Електронний науковий журнал «Приазовський економічний вісник»-2019, № 4 (15) - С. 310-313.
- 124.Льченко Т.В.Особливості визначення привабливих сегментів на аграрному ринку. Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/20_2019/34.pdf -Електронний науково-практичний журнал «Східна Європа: економіка, бізнес та управління»-2019, № 3 (20)-С. 213-218.
- 125.Льченко Т.В. Впровадження маркетингового менеджменту на підприємстві: проблеми теорії та практики. Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/18_2019/20.pdf -Електронний науково-практичний журнал «Східна Європа: економіка, бізнес та управління»-2019, № 1 (18) - С. 115-121.
- 126.Крючко Л.С. Інфраструктурне забезпечення органічного сектору агровиробництва на засадах кооперації. Режим доступу: <http://eung.nung.edu.ua/index.php/ecom/article/view/234> / Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу-2019, №1(19). -С. 163-171.
- 127.Bahorka M.O.Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities. Marketing strategy of ecologization as the main direction in the innovative activity of agrarian enterprises in Ukraine.-Collective monograph: Higher School of Social and Economic. Przewosk: WSSG. Poland-2019, p. 211-224.
- 128.Bezuhla L., Demchuk N.Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities./ /Development strategy of ecotourism enterprises as a factor of increasing their competitiveness.-2019,p. 289-297
- 129.Yurchenko N.I.Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities. Development of integrated marketing approach in the tourism industry management. -2019, p. 189-197.
- 130.Bahorka M., Yurchenko N. Modern world tendencies in the development of science.Formation of the innovative model of agrarian enterprises functioning based on ecologization and steady development .Collective monograph: London-2019, p. 73-86.

131. Bezus R., Kurbatska L., Kadyrus I. - Modern world tendencies in the development of science. The formation of the marketing mix of agricultural service cooperatives. - 2019, p. 87-95.
132. Bahorka M.O., Yurchenko N.I., Kadyrus I.H. - Implementation of the environmental marketing strategy and systems of ecological and economic management of agricultural enterprises in Ukraine - Collective monograph: «Publishing House «Baltija Publishing» Riga, Latvia - 2019.
133. Bahorka M.O. Management mechanisms and development strategies of economic entities in conditions of institutional transformations of the global environment. Main directions for the implementation of greening the agricultural production in Ukraine. - Collective monograph: ISMA University, Riga, Latvia - 2019, p. 241-249.
134. Багорка М.О. Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (фінансова, аграрна галузі та невиробнича сфера). Система еколого-економічного управління в аграрному виробництві та основні напрями її реалізації в Україні. - Колективна монографія: за ред. Л.М. Савчук. - Дніпро: Видавець Біла К.О. - 2019, С. 278-287.
135. Безус Р.М., Крючко Л.С. - Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (фінансова, аграрна галузі та невиробнича сфера). Організаційний механізм розвитку сільськогосподарсь-кої кооперації. - 2019, - С. 270-277.
136. Безугла Л.С., Воловик Д.В. Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (фінансова, аграрна галузі та невиробнича сфера). // Перспективи розвитку туризму на внутрішньому та зовнішньому ринках України. - 2019, С. 390-398.
137. Абрамович І.А., Верцева А.О., Резніков Д. Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (фінансова, аграрна галузі та невиробнича сфера). // Управління маркетинговою діяльністю на підприємствах - 2019, - С. 309-321.
138. Кобернюк С.О. Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (фінансова, аграрна галузі та невиробнича сфера). // Маркетингові аспекти аграрного бізнесу: сучасність та стратегія розвитку - 2019, - С. 320-328.
139. Юрченко Н.І. Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (фінансова, аграрна галузі та невиробнича сфера). // Міжнародний досвід діяльності туристичної індустрії. - 2019, - С. 380-390.
140. Багорка М.О., Писаренко В.В. Інституціоналізація як фактор забезпечення розвитку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України. Формування інноваційної моделі функціонування аграрних підприємств на засадах екологі-зації та сталого розвитку. Колективна монографія: за ред. О.Л. Гальцової. - Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», - 2019, - С. 318-335.
141. Юрченко Н.І. Інституціоналізація як фактор забезпечення розвитку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України. Методика оцінки конкуренції на конкурентоспро-ожність туристичної галузі України. - 2019, - С. 262-274.
142. Безугла Л.С. Теорія та методологія формування інвестиційно-фінансової стратегії розвитку суб'єктів національного господарства. Потенціал розвитку екотуризму за соціально-економічними критеріями. - Колективна монографія: за ред. Л.М. Савчук, А.В. Череп. - Дніпро: Журфонд. - 2019, - С. 359-367.
143. Безус Р.М., Крючко Л.С. Управління розвитком суб'єктів підприємства в умовах викликів ХХІ століття. Комплексна система маркетингу банку та оцінка її ефективності. - Колективна монографія: за ред. Т.В. Гринько. - Дніпро: Видавець Біла К.О. - 2019, С. 348-357.
144. Юрченко Н.І., Кадирус І.Г., Безугла Л.С. Інституціональна трансформація розвитку економіки України. Основні аспекти системи оподаткування туристичної галузі України. - Колективна монографія: за заг. ред. О. Л. Гальцової. - Херсон : Видавничий дім «Гельветика» - 2019, - С. 251-264.

- 145.Миронова О.О.Науково-методологічні засади розвитку менеджменту та публічного управління. Розвиток бізнес-процесів у системі менеджменту підприємства-Колективна монографія: за заг. ред. Сиченка В.В. – Павлоград: Арт-Синтез-Т-2019, – С. 73-84.
- 146.Багорка М.О.Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг). Імплементация та ефективність маркетингових стратегій екологізації виробництва аграрних підприємств.-Колективна монографія: за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. – Дніпро: Журфонд.-2019, – С. 369-376.
- 147.Абрамович І.А., Гумбатов А.А., Гулуєв Р.Г. Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг). Місце інвестиційної діяльності у процесі відтворення виробничих засобів сільськогосподарських підприємств.-2019, С. 287-304.
- 148.Кадирус І.Г., Юрченко Н.І.Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг). Комплекс маркетингу: сутність, поняття та складові.-2019, С. 360-368.
- 149.Миронова О.О., Миронова Р.М.Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг). Функціонально-цільова модель інтегрованого маркетингу в аграрному секторі.-2019, С. 376-391
- 150.Безугла Л.С., Гарбуз Я.Р.Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг).//Організація рекламної діяльності підприємства.-2019,С. 391-400.
- 151.Багорка М.О., Біленко В.О., Гребенок Д.М.Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Формування комплексної системи маркетингу на підприємстві-Колективна монографія: за ред. Л.М. Савчук, М.О. Багорка. – Дніпро: Журфонд-2019, С. 11-23.
- 152.Безус Р.М., Крючко Л.С. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Особливості формування комплексу маркетингу в сільськогосподарських обслуговуючих кооперативах--2019, – С. 33-44.
- 153.Крючко Л.С., Мельниченко Д.І., Салманов Р.М.-Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Особливості організації маркетингу аграрних формувань--2019, – С. 44-51.
- 154.Кобернюк С.О., Цимбалов О.О. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Маркетингові аспекти інноваційно-інформаційної діяльності підприємств- 2019, – С. 52-70.
- 155.Юрченко Н.І. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Маркетинг та його роль у розвитку туристичної індустрії-2019, – С. 127-137.
- 156.Абрамович І.А., Горяінова Є.А. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Інноваційно-інформаційні процеси у маркетингу рекламного агентства-2019, – С. 170-177.
- 157.Багорка М.О., Писаренко В.В. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу.//Маркетингові стратегії екологічно спрямованих інновацій в аграрному виробництві-2019, С. 178-189.
- 158.Білоткач І.А. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. //Інноваційний розвиток інституціональної системи ринку органічної сільськогосподарської продукції-2019, – С. 190-199.
- 159.Кадирус І.Г., Донських А.С.-Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Характеристика та класифікація конкурентних стратегій аграрних підприємств-2019, – С. 199-209.
- 160.Безугла Л.С. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Соціально-економічний та соціально-культурний ефект від розвитку підприємств екотуризму-2019, – С. 217-226.
- 161.Воловик Д.В., Чеботаренко А.М. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Формування іміджу підприємства-2019, – С. 237-246.

- 162.Воловик Д.В., Моня С.В.-Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Роль виставково-ярмаркової діяльності у системі маркетингових комунікацій--2019, - С. 246-255.
163. Білоткач І.А., Кравець С.А.-Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Особливості застосування маркетингових комунікацій сільськогосподарськими підприємствами-2019, - С. 270-278.
- 164.Крючко Л.С., Локотькова А.В., Кравченко Ю.В.Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Значення комплексу маркетингових комунікацій у функціонуванні сільськогосподарських підприємств-2019, - С. 278-285.
- 165.Курбацька Л.М., Купріянов Д.В.-Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Конкуренція, як основа забезпечення ефективного розвитку національної економіки-2019, - С. 301-308.
- 166.Ільченко Т.В., Матросова І., Єлецький А. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Роль маркетингових досліджень в забезпеченні інноваційної діяльності аграрних підприємств-2019, - С. 317-326.
- 167.Курбацька Л.М., Головаха А.В.-Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу. Сутність маркетингових витрат підприємства та контроль за їх здійсненням-2019, - С. 327-333.
- 168.Pysarenko V., Ponochohna O.,Bahorka M., Voronyansky V. Data-Centric Formation of Marketing Logistic Business Model of Vegetable Market Due to Zonal Specialization. Режим доступу: <https://cutt.ly/fhGX5i9-Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies-2020, Vol 42.-pp. 23-49>.
- 169.Haidai, O., Bahorka, M., Satyr, L., Bondarchuk, N., & Yurchenko, N. Complex procedure for implementtation of the strategy of competetiveness ensuring of Ukraine's agra-rian sector.Режим доступу: <https://cutt.ly/PhGCqSK//Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development-2020,Vol. 41 no. 4.-pp. 537-546>.
- 170.Tkalich Y., Tsyliuryk O., Kozechko V., Rudakov Y., Tkalich O., Bagorka M.-Weed chemical control in the winter wheat planting after non fallow predecessors in the northern steppe of Ukraine.Режим доступу: <https://cutt.ly/yhGCe3p-Scientific Papers Series A. Agronomy-2020,Vol. LXIII.-No. 1,- pp. 567-573>.
- 171.Khalatur S., Kriuchko L.,Sirko A.World experience adaptation of anti-crisis management of enterprises in the conditions of national economys transformation Режим доступу: <https://u.to/e8SJGg-Baltic Journal of Economic Studies-2020, Vol. 6, No. 3.-pp. 171-183>.
- 172.Vinichenko I.I. Trusova N.V. Kurbatska L.M. Polehenka M.A. Oleksiuk V.O. Imperatives of Quality Insuring of the Production Cycle and Effective Functioning Process of the Enterprises of Agro-Product Subcomplex of Ukraine.Режим доступу: [https://cutt.ly/4hGCxJo-Journal of Advanced Research in Law and Economics-2020, Vol. XI, -4\(50\), - pp. 1462-1481](https://cutt.ly/4hGCxJo-Journal of Advanced Research in Law and Economics-2020, Vol. XI, -4(50), - pp. 1462-1481).
- 173.Pakhomov O. Y., Kunakh O. M., Babchenko A. V., Fedushko M. P., Demchuk N. I., Bezuhla L. S., Tkachenko O. S. Temperature effect on the temporal dynamic of terrestrial invertebrates in technosols formed after reclamation at a post-mining site in Ukrainian steppe drylands. Режим доступу: [https://cutt.ly/AhGCEkn-Biosystems Diversity-2019, Vol. 27 \(4\),- pp. 322-328](https://cutt.ly/AhGCEkn-Biosystems Diversity-2019, Vol. 27 (4),- pp. 322-328).
- 174.Mariia Bahorka. Formation of the system of ecological-economical management of ecologization of agrarian production//Agricultural and Resource Economics: International Scientific -2019. - Vol.5. no. 1.- pp. 5-18.
- 175.Багорка М.О.Стратегічне планування маркетингової діяльності аграрних підприємств. Режим доступу: <https://u.to/aIKIGg-Науковий економічний журнал «Інтелект XXI»-2020,№ 2-С. 17-22>.
- 176.Багорка М.О.Імплементация маркетингових стратегій в практичну діяльність аграрних підприємств з виробництва органічної продукції. Режим доступу: [https://u.to/iXWIGg-Науково-практичний журнал «Економічні студії»-2020, №3 \(29\) - С. 7-11](https://u.to/iXWIGg-Науково-практичний журнал «Економічні студії»-2020, №3 (29) - С. 7-11).

- 177.Багорка М.О.Формування збутової політики торгівельних підприємств. Режим доступу: <https://u.to/i4SIGg/> //Вісник Одеського національного університету. Економіка-2020, -№ 2 (81).-Том 25.-С. 56-62.
- 178.Багорка М.О., Юрченко Н.І. Формування комплексної системи маркетингу на підприємстві.Режим доступу: <https://u.to/-YKIGg/> //Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»-2020, Том. 31 (70), № 1, - С. 102-108.
- 179.Багорка М.О., Юрченко Н.І.-Екологічно спрямовані інновації в діяльності аграрних підприємств. Режим доступу: <https://u.to/2oOIGg/> -Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління».-2020, Том. 31 (70)- № 3- С. 107-112.
- 180.Багорка М.О., Юрченко Н.І. Маркетинговий потенціал як адап-таційний складник сучасного еко-номічного розвитку підприємств. Режим доступу: <https://u.to/LYSIGg/> //Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» Національний авіаційний університет-2020, № 2 (76) - С. 137-145.
- 181.Юрченко Н.І. Сучасні тенденції маркетингових досліджень у туристичній галузі Режим доступу:<https://u.to/MH2IGg/> //Науковий журнал «Бізнес інформ»-2020, № 10. - С. 450-459.
- 182.Безус Р., Крючко Л.Кооперація та інтеграція в аграрному бізнесі. Режим доступу:<https://u.to/7YWIGg/> -Журнал «Агросвіт»-2020, № 6. - С.3-9.
- 183.Bezus R., Dubchak M.-Genesis and development of agricultural advisory services in Ukraine. Режим доступу:<https://u.to/U4aIGg/> -Ekonomika APK-2020, № 8 - pp. 52-59.
- 184.Курбацька Л.М., Кадирус І.Г.Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. Режим доступу: <https://u.to/DoelGg/> -Журнал «Економіка та держава»-2020. № 4.- С.187-190.
- 185.Якубенко Ю.Л., Донських А. С., Кадирус І.Г.Застосування реінжинірингу на підприємствах аграрної сфери. Режим доступу:<https://u.to/MH6IGg/> //Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету-2020, № 42, - С. 95-100
- 186.Кадирус І. Г., Донських А. С., Терещенко В. А.Формування стратегії розвитку аграрного підприємства. Режим доступу: <https://u.to/3X2IGg/> -// Електронний журнал «Ефективна економіка»-2020, № 7
- 187.Ільченко Т.В. Політико-економічні засоби інтеграції України у Європейську спільноту. Режим доступу:https://u.to/yn_IGg/ //Науково-практичний журнал «Підприємництво та інновації».-2020, № 12. - С. 162-168.
- 188.Ільченко Т.В. Формування комплексу маркетингу на підприємстві виробничо-поліграфічної галузі. Режим доступу: https://u.to/Q3_IGg/ //Науковий журнал «Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка».-2020, Том 25. Випуск 2(81). - С. 87-92.
- 189.Ільченко Т.В. Роль маркетингових інструментів в інноваційному розвитку аграрних підприємств. Режим доступу: <https://u.to/yH6IGg/> //Науковий журнал «Бізнес інформ»-2020, № 10. - С. 460-468.
- 190.Ilchenko T., Bezugla L.Trend and priorities change in the European agricultural products mar-ket. Режим доступу:<https://u.to/1YqIGg/> //Журнал «Інвестиції: практика та досвід»-2019, № 24, - С. 35-42.
- 191.Безугла Л.С., Юрченко Н.І. Особливості формування дефініцій «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства». Режим доступу:<https://u.to/PYulGg/> //Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова-2019, № 3, - С. 58-62.
- 192.O.Y. Maiboroda, L. S. Bezuhla, A.F. Gukaliuk, V.V. Shymanska, T.V. Momont, T. V. Ilchenko.The global value of distribution networks and logistic opportunities. Режим доступу: <https://u.to/kHeIGg/> //International Journal of Economics and Business Administration.-2020, Volume VIII, Special Issue 1, - pp. 227-238.
- 193.Безугла Л.С., Ільченко Т.В.Аналіз екологічної інфраструктури та формування. Режим доступу:<https://u.to/XoCIGg/> //Економічний науково-практичний журнал «Підприємництво та інновації».-

- 194.Владика Ю.П., Безугла Л.С., Турова Л.Л. Здобутки та нові виклики у діяльності системно важливих банків в Україні.Режим доступу: https://u.to/Zo_IGg-//Електронний науково-практичний фаховий журнал «Інфраструктура ринку»-2020, Випуск 42. – С. 285-291.
- 195.Безугла Л.С.Регіональний розвиток екотуризму на засадах функціонування природно-заповідного фонду Дніпро-петровської області.Режим доступу: [https://u.to/ipCIGg // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості.-2020, №1\(21\).- С. 123-132.](https://u.to/ipCIGg // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості.-2020, №1(21).- С. 123-132.)
- 196.Безугла Л. С., Онищенко А. І., Шадріна Д. В.Формування маркетингової діяльності на ринку туристичних послуг.Режим доступу:<https://u.to/X5GIGg-//Електронний журнал «Ефективна економіка»-2020, № 1.>
- 197.Безугла Л. С. Маркетинговий аналіз плодоовочевого ринку в контексті виробництва біологічно цінних харчових продуктів. Режим доступу: <https://u.to/0ZGIGg.///Збірник наукових праць «Економічний простір»-2020, № 154, – С. 31-35.>
- 198.Довгаль О.В., Безугла Л.С. Регіональна інноваційна модель розвитку екотуристичної інфраструктури. Режим доступу: [https://cutt.ly/LhGKVWS-//Науковий журнал «Вісник аграрної науки Причорномор'я».- 2020, №2 \(106\).- С. 25-34.](https://cutt.ly/LhGKVWS-//Науковий журнал «Вісник аграрної науки Причорномор'я».- 2020, №2 (106).- С. 25-34.)
- 199.Безугла Л. С.-Місце України у виробництві та реалізації рослинної сировини для біологічно цінних харчових продуктів серед країн світу. Режим доступу:<https://cutt.ly/PhGKMAr-Журнал «Інвестиції: практика та досвід»-2020, № 15-16. – С. 51-56.>
- 200.Безугла Л. С. Тенденції розвитку екотуристичної діяльності в Дніпропетровській області.Режим доступу: <https://cutt.ly/jhGK8jr-Журнал «Проблеми економіки»-2020, №3.- С. 94-103.>
- 201.Безугла Л.С.Синергетичний гістерезис як інноваційне явище в екотуристичній інфраструктурі. Режим доступу: <https://cutt.ly/thgzuih-Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва./// Серія «Економічні науки»-2020,№ 2. – С. 201-210.>
- 202.Безугла Л.С.Нормативно-правове регулювання розвитку екотуристичної інфраструктури в регіоні. Режим доступу:[https://u.to/VNGJGg //Науковий журнал «Економічний вісник Донбасу»-2020, № 3 \(61\). – С.160-165.](https://u.to/VNGJGg //Науковий журнал «Економічний вісник Донбасу»-2020, № 3 (61). – С.160-165.)
- 203.Абрамович І.А.,Воловик Д.В. Маркетингова діяльність підприємства та контроль за її реалізацією.Режим доступу: <https://u.to/A3yIGg-Журнал «Агросвіт»-2020,№ 10 – С. 52-56.>
- 204.Абрамович І.А.,Воловик Д.В. Моделювання логістичних бізнес-процесів у сільському господарстві. Режим доступу: <https://u.to/cHuIGg//Науково-практичний журнал.«Підприємництво та інновації»-2020, №14-С. 10-13.>
- 205.Крючко Л.С., Халатур С.М.. Концептуальні основи формування податкової політики в умовах глобалізації. Режим доступу:[https://u.to/CHKIGg//Науковий журнал «Молодий вчений»-2020, №6 \(82\). – С. 223-228.](https://u.to/CHKIGg//Науковий журнал «Молодий вчений»-2020, №6 (82). – С. 223-228.)
- 206.Крючко Л.С., Халатур С.М., Карамушка О.М.Антикризове управління підприємствами: погляд на світовий досвід. Режим доступу: [https://u.to/E3KIGg-//Науковий журнал «Молодий вчений»-2020,№7 \(83\) -С. 230-234.](https://u.to/E3KIGg-//Науковий журнал «Молодий вчений»-2020,№7 (83) -С. 230-234.)
- 207.Крючко Л.С., Халатур С.М., Карамушка О.М. Дистанційна освіта в Україні: сьогодення та перспективи. Режим доступу:[https://u.to/KNKIGg//Науковий журнал «Молодий вчений»-2020, №8 \(84\) – С. 175-178.](https://u.to/KNKIGg//Науковий журнал «Молодий вчений»-2020, №8 (84) – С. 175-178.)
- 208.Крючко Л.С., Халатур С.М., Карамушка О.М. Формування критеріїв комплексної оцінки фінансово-економічного стану аграрних підприємств режим доступу: [https://u.to/oXmIGg//Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».-2020, №11 \(91\) – С. 56-60.](https://u.to/oXmIGg//Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».-2020, №11 (91) – С. 56-60.)

209. Bahorka M.O., Kadyrus I.H. Нові тенденції управління економічними системами в умовах сучасних глобальних викликів. *Ecologization of production as an innovative component of the model of functioning of an agrarian enterprise*. – Collective monograph. Sofia: VUZF Publishing House “St. Grigorii Bogoslov” – 2020, pp. 138–146.
210. Bahorka M.O., Kadyrus I.H. Стратегії, моделі та технології управління економічними системами в контексті міжнародної економічної інтеграції. *The system of ecological-economical management in agrarian production and main directions of its implementation in Ukraine* – Collective monograph. ISMA University, Riga, Latvia. – 2020.
211. Багорка М.О., Корнієвський В.Є. Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб'єктами господарювання різних організаційно-правових форм. Напрями підвищення ефективного управління збутовою політикою торговельного підприємства. – Колективна монографія: / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги – 2020, – С. 147–159.
212. Безугла Л.С. Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб'єктами гос-подарювання різних організаційно-правових форм. Особливості маркетингової діяльності у сфері туристичних послуг – 2020, – С. 515–523.
213. Багорка М.О. Держава, галузі, підприємства, бізнес: реалії і тенденції економічного, інформаційного та технічного розвитку. Державна політика розвитку та стимулювання екологізації вироб-ництва аграрних підприємств. – Колективна монографія : / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги – 2020, – С. 14–25.
214. Кадирус І.Г., Юрченко Н.І., Міленний Є.І. – Держава, галузі, підприємства, бізнес: реалії і тенденції економічного, інформаційного та технічного розвитку. Проблеми формування системи маркетингу в аграрних підприємствах – 2020, – С. 397–410.
215. Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Держава, галузі, підприємства, бізнес: реалії і тенденції економічного, інформаційного та технічного розвитку. Проблеми управління збутовою діяльністю аграрних підприємств – 2020, – С. 410–421.
216. Безугла Л.С., Коробський О.В. Держава, галузі, підприємства, бізнес: реалії і тенденції економічного, інформаційного та технічного розвитку. Вдосконалення системи збуту торговельного підприємства – 2020, – С. 421–434.
217. Багорка М.О., Юрченко Н.І. «Зелена економіка» – необхідна умова сталого розвитку національної економіки України. Екологічно спрямовані інновації в діяльності аграрних підприємств – Колективна монографія / за ред. О.Л. Гальцової. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика» – 2020.
218. Багорка М.О. Маркетинг освіти в умовах глобалізаційних викликів. Маркетинговий потенціал як адаптаційна складова сучасного економічного розвитку підприємств – Колективна монографія: за заг. ред. проф. Хамініч С.Ю.; ДНУ ім. Олеся Гончара. Дніпро: Вид-во «Нова ідеологія» – 2020, – С. 156–168.
219. Крючко Л. С., Сокол П.М., Півоварова О.Б. Маркетинг освіти в умовах глобалізаційних викликів. Інноваційне середовище на ринку маркетингу освіти – 2020, – С. 145– 154.
220. Білоткач І.А. Маркетинг освіти в умовах глобалізаційних викликів. Інституціональне забезпечення організації інноваційної роботи викладача при підготовці маркетологів для органічного агробізнесу – 2020, – С. 84– 90.
221. Сокол П.М., Курбацька Л.М. Маркетинг освіти в умовах глобалізаційних викликів. Освітній потенціал в контексті маркетингу освіти – 2020, – С. 134– 145.
222. Багорка М.О. Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства. Стратегічне планування маркетингової діяльності аграрних підприємств. – Колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги. – 2020, – С. 301–310.

223.Кадирус І.Г., Донських А.С. Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства. Маркетингові комунікації – основна складова комплексу маркетингу підприємства.-2020, – С. 336-346.

224.Ільченко Т.В. Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства. Маркетингове забезпечення системи управління збутовою політикою підприємств аграрної сфери-2020, – С. 326-336.

225.Юрченко Н.І., Багорка Д.А. Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства. Основні напрями інституціоналізації туристичної індустрії-2020, – С. 166-177.

226.Безугла Л.С. Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства. Сільський зелений туризм: тенденції розвитку національного туристичного бізнесу-2020, – С. 157-166.

227.Крючко Л.С., Безус Р.М. Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства. Особливості кластерного формування в розвитку кооперативних інтеграційних процесів в аграрній сфері--2020, – С. 137-145.

228.Юрченко Н.І., Кадирус І.Г.,Стельмашук О.В. Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу. Теоретичні основи розвитку маркетингу в ринкових умовах-Колективна монографія: за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги-2020, – С. 443-453.

229.Абрамович І.А.,Британ К.В.,Зубарев В.А. Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу. Формування процесу управління маркетингом на підприємстві--2020, – С. 485-497.

230.Безугла Л.С. Публічне управління та адміністрування у цифровому суспільстві. Реалізація кадрової політики в державному управлінні-Колективна монографія: за ред. Г. В. Ортіна та інш. Мелітополь: ФОП Однорог Т.В.-2020, – С. 39-47.

231.Iryna Popadinets, Uliana Andrusiv, Olga Galtsova, Mariia Bahorka, Natalia Yurchenko-Management of motivation of managers' work at the enterprises of Ukraine: innovative aspects. URL : <https://www.sciendo.com/article/10.2478/mspe-2021-0016#> (Scopus)-Management Systems in Production Engineering -2021 Vol. 29, Issue 2, pp. 120-131.

232.Bezus, R. &Golovko, L.-System approach to organic producers' marketing activities based on the sustainable development concept. (Scopus, Web of Science) https://journal.agrojournal.org/page/en/details.php?article_id=3247-Bulgarian Journal of Agricultural Science-2021, 27 (No 1), pp. 88-96.

233.Koshkalda I., Bezuhla L., Nihatova O., Ilchenko T.-Brand as a marketing tool for growth in organic sales: Evidence from Ukraine.URL: : <https://www.ingentaconnect.com/content/intellect/tmsd/2020/00000019/00000003/art00004?jsessionid=7pnnq0eic-live-03> (Scopus)-International Journal of Technology Management & Sustainable Development -2020, Volume 19, Number 3, pp. 297-316.

234.Yulia Zhukova, Nataliia Demchuk, Nadiya Yorkina, Yulia Dubinina, Dmytro Ganzha, Liudmila Bezugla, Tetiana Ilchenko-The Small-Scale Variation of Herb-Layer Community Structure in a Riparian Mixed Forest. URL: <https://www.scipress.com/ILNS.82.44> (Web of Science) -International Letters of Natural Sciences. -2021, Vol. 82, pp. 44-64.

235.Olha Maiboroda, Liudmyla Bezuhla, Andrii Gukaliuk, Viktoriia Shymanska, Tetiana Momont, Tetiana Ilchenko.-Assessment of Perspective Development of Transport and Logistics Systems at Macro and Micro Level under the Conditions of Industry 4.0 Integration URL: http://paper.ijcsns.org/07_book/202103/20210332.pdf (Web of

Science)-International Journal of Computer Science and Network Security -2021, Vol.21, No.3, pp. 235-244.

236.Svitlana Khalatur, Igor Vinichenko Dmytro Volovyk Development of modern business processes and outsourcing activities. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/1202/1241> (Web of Science)-Baltic Journal of Economic Studies-2021, Volume 7, Number 3

237.Khalatur, S., Kuprina N., Kurbatska L.-New business strategies formation of enterprises and outsourcing development as a condition for increasing competitiveness in the markets of Europe and Ukraine: comparative analysis (Web of Science)-Baltic Journal of Economic Studies -2021, Volume 7, Number 4

238.O. Mnykh, O. Dikan, B. Yukhnov, L. Shkvaryluk, L. Kvasova. The role of personnel motivation in the risk management system of energy companies with employee stock ownership. URL: <https://iopscience.iop.org/issue/1755-1315/628/1> (Scopus)-8th International Scientific Conference on Sustainability in Energy and Environmental Science 21-22 October 2020-2021, Ivano-Frankivsk, Ukraine

239.A. Selegej, V. Ivaschenko, V. Golovko, R. Kiriya, L. Kvasova-Coefficient of local loss of mechanical energy of the flow for a mixture of charge materials. URL: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-2/026> (Scopus)-Naukovyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho univertyetu-2021. №2.

240.Mariia Bahorka, Iryna Kadyrus. Formation of the innovative model of agrarian enterprises functioning based on ecologization and steady development. URL: <https://doi.org/10.30525/2661-5169/2021-1-3-Green, Blue & Digital Economy Journal>, Riga, Latvia: "Baltija Publishing"-2021, Volume 2, Number 1, -pp. 17-24.

241.Багорка М.О., Юрченко Н.І.-Маркетингові резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_76_2020_ukr/2_76_2020.pdf-Науковий економічний журнал «Інтелект XXI». -2020. Випуск 6. - С. 20-26.

242.Багорка М.О., Кадирус І.Г. -Упровадження маркетингової концепції управління в практичну діяльність аграрних підприємств. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/1_2021/9.pdf-Держава та регіони: науково-виробничий журнал. Серія: Економіка та підприємництво. -2021, № 1 (118), - С. 42-47.

243.Багорка М.О., Юрченко Н.І. -Маркетингове управління бізнес-процесами оптових торговельних підприємств. URL: http://e-visnyk.dniprondise.in.ua/journals/3_2021/4.pdf-Вісник Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз України. Серія: «Економічні науки». -2021, Випуск 1 (03) - С. 16-25.

244.Багорка М.О., Кадирус І.Г., Юрченко Н.І. Маркетингові підходи в управлінні збутовою діяльністю оптових торговельних підприємств. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/778>-Збірник наукових праць«Підприємництво і торгівля». -2021, Випуск 28 - С. 7-14.

245.Багорка М.О., Кадирус І.Г., Кравець О.В. Розроблення маркетингових конкурентних стратегій підприємства URL : http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/36_2021ua/4.pdf-Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство. -2021, Випуск 36 - С. 11-18.

246.Багорка М.О., Кадирус І.Г., Юрченко Н.І. Інструменти Інтернет-маркетингу в період глобальної фінансової кризи: актуальність та ефективність. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2021/49-2021/13.pdf>-Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». - 2021, Вип. 49, - С. 97-106.

247.Багорка М.О., Кадирус І.Г., Юрченко Н.І. -Місце маркетингових заходів у системі антикризового управління. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-4-12> (Index Copernicus, включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук Категорія «Б»). URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/4_84_2021_ukr/14.pdf-Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці». -2021, № 4 (84), - С. 89-96.

- 248.Курбацька Л.М., Кадирус І. Г., Савенко О.А., Нечипоренко К.В. Удосконалення логістичних систем для забезпечення принципів стійкого розвитку підприємства. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.7-8.60 URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.7-8.60> // Науково-практичний журнал «Агросвіт»-2021, № 7-8, - С. 60-66.
- 249.Курбацька Л.М., Самілик Т.М., Шутько Т.І. Сучасні форми організації бізнес-процесів: аналітика та оцінка ефективності – DOI: 10.32702/2306-6806.2021.7.57 URL <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4977&i=9/> // Науково-практичний журнал «Економіка та держава»-2021, № 7. - С. 57-61.
- 250.Багорка М.О., Кадирус І.Г., Миронова О.О. Концептуальний підхід до визначення сутності та обґрунтування складових елементів інноваційного маркетингу // Вісник Одеського національного університету. Серія: «Економіка». -2021, Том 26. Випуск 4 (89).
- 251.Білоткач І.А. Формування системи інституціонального забезпечення розвитку органічного агропромислового виробництва Дніпропетровської області. URL : <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3416&i=5-> // Науково-практичний журнал «Агросвіт». -2021, № 7-8, - С. 36-45.
- 252.Bezuhla L.Impact of the macro environment on the ecotourist infrastructure URL: <http://baltijapublishing.lv/index.php/gbdej/article/view/893> -«Green, Blue & Digital Economy Journal»-2020, Vol. 1, No. 2, - pp. 33-38.
- 253.Безугла Л.С. Закордонний досвід становлення та розвитку екологічного туризму та можливості його використання в Україні. URL: <https://eung.nung.edu.ua/index.php/ecom/article/view/312/287> // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. -2020, №2 (22), - С.118-127.
- 254.Ільченко Т.В.-Маркетингова стратегія діяльності аграрних підприємств в умовах діджиталізації Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/346/331>-Електронний науковий журнал «Економіка та суспільство». 2021, № 26.
- 255.Ільченко Т.В. Особливості впровадження інноваційного маркетингу в агробізнесі. Режим доступу: http://e-visnyk.dniprondise.in.ua//journals/3_2021/6.pdf-//«Вісник Дніпропетровського НДІСЕ. Економічні науки». -2021,№ 1 (03), - С. 31-38.
- 256.Ільченко Т.В.-Прямий маркетинг як інтерактивна маркетингова система розподілу туристичних послуг.Режим доступу:<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/691/664>-//Електронний науковий журнал «Економіка та суспільство».--2021,Випуск № 31.
- 257.Крючко Л.С., Безус Р.М. Маркетинговий менеджмент в smm-Науково-практичний журнал «Агросвіт»-2021,№ 21
- 258.Багорка М.О., Рошук М.О. -Антикризовий маркетинг як основний складник стратегічного управління. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=49397>-Науково-практичний журнал «Регіональна економіка та управління». -2021, № 3 (33), - С. 4-8.
- 259.Багорка М.О., Сергієнко А.А. Екологізація виробництва аграрних підприємств як інноваційна складова їх розвитку <http://www.lef.lviv.ua/index.php/naukoviy-zurnal/> // Науково-практичний журнал «Економічні студії».-2021, Випуск 3 (33), - С. 7-11.
- 260.Bahorka M., Kadyrus I. The system of ecological -economical management in agrarian production and main directions of its implementation in Ukraine.//Strategies, models and technologies of economic systems management in the context of international economic integration: scientific monograph / edited by Dr.ec. Prof. Maksym Bezpartochnyi, Dr.ec. Prof. Viktoriia Riashchenko, Dr.paed. Nina Linde, 2nd edition. Riga: Institute of Economics of the Latvian Academy of Sciences.-2020. - pp. 9-1

261.Koshkalda, I., Bezuhla, L., Nihmatova, O., Ilchenko, T. Advanced Trends in ICT for Innovative Business Management.-Taylor & Francis by CRC Press. -2021. pp. 171-187.

262.Багорка М.О., Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Комплексна система маркетингу як основа підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств у сучасних умовах ведення бізнесу. //Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: колективна монографія / за заг. ред. Є. В. Ромата та С.Ф. Смерічевського. Київ: Студцентр.-2021. - С. 138-150.

263.Багорка М.О., Юрченко Н.І. Основні інноваційні напрями функціонування аграрних підприємств на засадах екологізації та сталого розвитку.//Стійкий розвиток сільських територій у контексті реалізації державної екологічної політики та енергозбереження: колективна монографія / за заг. ред. Т.О. Чайки. Полтава: Видавництво ПП «Астроя». -2021. - С. 286-295.

264.Багорка М.О., Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. - Застосування інструментів Інтернет-маркетингу в період глобальної фінансової кризи //Бренд-менеджмент: вибір глобальний, вибір локальний: міжнародна колективна монографія / за заг. ред. Є.В. Ромата. Київ: Студцентр.-2021. С. 147-157 (256с.)

265.Багорка М.О., Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Процес формування маркетингової комунікаційної політики підприємства з виробництва соків.-Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі: колективна монографія / за заг. ред. Є. В. Ромата та С.Ф. Смерічевського. Київ: Студцентр.-2021. - С. 138-150.

266.Білоткач І.А.Інструменти розрахунку ефективності інституціонального регулювання розвитку органічного агропромислового виробництва.//Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: колективна монографія / за заг. ред. Є. В. Ромата та С.Ф. Смерічевського. Київ: Студцентр.-2021.- С. 151-160.

267.Багорка М.О., Юрченко Н.І. -Стратегічні напрями формування екологічно орієнтованого господарювання аграрних підприємств//Екологоорієнтовані підходи відновлення техногенно забруднених територій і створення сталих агроєкосистем: колективна монографія / за заг. ред. Т.О. Чайки. Полтава: Видавництво ПП «Астроя». -2021.

268.Юрченко Н.І., Кадирус І.Г. Стратегічна спрямованість збутової діяльності аграрних підприємств//Проблеми правового, фінансового та економічного забезпечення розвитку національної економіки: колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної-Дніпро: Пороги, 2021. -С. 220-232

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Кобець Анатолій Степанович

д. держ. упр., 25.00.02

Перелік осіб-виконавців

Ільченко Тетяна Вікторівна

(к. е. н.)

Абрамович Інна Ананіївна

(к. е. н.)

Безугла Людмила Сергіївна

(к. держ.упр., 25.00.02)

Безус Роман Миколайович

(д. е. н., 08.00.03)

Білоткач Ігор Анатолійович

(к.е.н., 08.00.04)

Воловик Дмитро Володимирович

(к. е. н.)

Донських Анастасія Сергіївна

(к. е. н.)

Кадирус Ірина Григорівна

(к. е. н.)

Квасова Людмила Сергіївна

(к. т. н.)

Кобернюк Сергій Олександрович

(к. е. н.)

Кравець Ольга Василівна

Крючко Леся Станіславівна

(к. е. н.)

Курбацька Лариса Миколаївна

(к. е. н., 08.07.02)

Миронова Олена Олександрівна

(к. е. н.)

Юрченко Наталія Іванівна

(к. е. н.)

Відповідальний за підготовку

Квасова Л.С.

облікових документів

Телефон

+38 (050) 140-97-83

Реєстратор

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**

