

СТАТТІ У НАУКОВИХ ФАХОВИХ ВИДАННЯХ, ВІДНЕСЕНИХ ДО НАУКОВО-МЕТРИЧНИХ БАЗ

2026

1. **Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А.** (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. *Економіка та суспільство*, Вип. 85. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/>
2. **Виноградова О.В., Молоков І.О., Шульга Ж.О.** (2026). SMM-маркетинг у банківській сфері України: тенденції, інновації та клієнтоорієнтовані стратегії. *Бізнес-навігатор*. №1 (84).С.79-84. <https://doi.org/10.32782/business-navigator.84-12>
3. **Виноградова, О., Сьомкіна, Т., Воскобоева, О., Ромащенко, О., & Снітко, А.** (2026). Вдосконалення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі. Актуальні питання економічних наук, (20). <https://doi.org/10.5281/zenodo.18731577>
4. **Дарчук В.Г., Молоков І.О., Загрива І.В.** (2026) Цифрова трансформація брендингових стратегій у формуванні конкурентних переваг підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2026. №1 DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.50-15>
5. **Дарчук В.Г., Цівінський А.В., Дарчук С.С., Мельниченко Б.** (2026) Механізми впливу емоційного брендингу на поведінкову лояльність клієнтів. *Бізнес-навігатор* №1. 2026 С. 442-446. <https://doi.org/10.32782/business-navigator.84-69>
6. **Дименко, Р. А., Виноградова, О. В., Сьомкіна, Т. В., & Ляліна, Н. П.** (2026). Організація наукових досліджень у прикладних науках – політика та практика. *Актуальні питання економічних наук*, (20). <https://doi.org/10.5281/zenodo.18725445>
7. **Романенко О.В., Ромащенко О.С.** (2026). Методичні засади побудови системи цифрового моніторингу для обґрунтування стратегічних рішень компанії. *Економічний простір*. № 213.С.159-166. <https://doi.org/10.30838/EP.213.159-166>
8. **Ромащенко О. С., Кондрашов О. А., Снітко А. С.** (2026). Інтернет-середовище як інтегрована цифрова система. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2026. № 2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2026-2-11996>
9. **Снітко А.С.** (2026). Концептуальна модель стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі. *Економіка та суспільство*, Вип. 83. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7388>

2025

10. **Ihnatenko O., Yesmakhanova A., Sovershenna I., Petrovskiy O.** (2025) Current trends in the development of social marketing in Ukraine. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2025. Vol. 4 No. 1. <https://isg-journal.com/isjimef/article/view/961>
11. **Kolisnichenko P., Vynogradova O., Somkina T., Romashchenko O., Darchuk V.** (2025). Integrated assessment of internet marketing effectiveness in the digital economy. *Economics, Finance and Management Review*, (3(23), 81–93. <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2025-3-81-93>
12. **Somkina T., Darchuk V., Snitko A., Sinchevsky S.** (2025) Marketing and communication platform as an element of the retail network development management model in the context of product diversification. *Internauka*, 2025. № 1. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10608>
13. **Vynogradova O.V., Lehominova S.V., Goloborodko A.Yu., Nosova T.I.** (2025) Modeling of business processes for managing integrative digital development of enterprises. *Academy Review*. № 1 (62) С.193 – 210. DOI: <https://doi.org/10.32342/3041-2137-2025-1-62-14>
14. **Виноградова О. В., Легомінова С. В., Капелюшна Т. В., Голобородько А. Ю.** (2025). Забезпечення функціонування підприємства в умовах невизначеності: параметрична оцінка. *Technology audit and production reserves*. 6/4(86), 14–21. <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2025.344903>

15. **Виноградова О. В., Сьомкіна Т. В., Кондрашов О.А.** (2025). Методика дослідження споживчої оцінки привабливості атрибутів комплексу послуг інтернет-маркетингу торговельного підприємства. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*, № 1- 2 <https://ir.nasoa.edu.ua/collections/734f6590-ab82-48f1-931c-642ed6cc348f>
16. **Виноградова О., Дарчук В., Молоков І.** (2025). Цифрова трансформація маркетингу в соціальних мережах через архітектуру механізму взаємодії. *Ефективна економіка*. № 6. 2025 <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/6747>
17. **Виноградова О.В., Дарчук В.Г., Дарчук С.С., Ільницький Т.Р.** (2025). Лідогенерація, як метод дослідження ефективності маркетингової діяльності підприємства. Інвестиції: практика та досвід. *Економічні науки*. № 3. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5766/5820>
18. **Воскобоева О.В., Ромащенко О.С., Жоголев О.С., Туркевич О.О.** (2025). Інтеграція інтернету речей (IoT) з CRM-системи як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності. *Наукові перспективи*. №1. (55) 2025. С.743-753. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-1\(55\)-743-753](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-1(55)-743-753)
19. **Воскобоева О.В., Ромащенко О.С., Гуріненко Д.А., Манукян К.А.** (2025). Маркетинговий аудит як інструмент контролю маркетингової діяльності підприємств малого бізнесу. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. №1. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17372880805503.pdf>
20. **Головніна О. Г., Денисенко М. П., Сьомкіна Т. В.** (2025). Інновації, маркетинг цінностей та омніканальний маркетинг в закупівельній діяльності компанії. *Агросвіт*. №2. С.14-20. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/5444/5499>
21. **Дарчук В.Г., Цівінський А.В, Безбородова А.О.** Система збалансованих показників як інструмент стратегічного маркетингового управління. *Бізнес-навігатор*. № 4. 2025
22. **Дименко Р., Виноградова О., Кондрашов О.** (2025). Групова динаміка та ефективність команди в організаціях. Інвестиції: практика та досвід. *Економічні науки*. № 2. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/5468/5522>
23. **Качмала В.** (2025). Роль стратегічного бенчмаркінгу у впровадженні інновацій та формуванні організаційних концепцій досконалості. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»* № 1 (93). <https://www.inter-nauka.com/issues/page-5/?university=184%2F%2F>
24. **Кондрашов О.А., Крижко О.В., Ярова Д.О.** (2025). Маркетинговий вплив корпоративної соціальної відповідальності на формування іміджу компанії. *Економіка та суспільство*. 2025. № 79. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6651>
25. **Петровська С. В., Крижко О. В., Заєць М. В.** (2025). Маркетингова комунікаційна стратегія на ринку ІТ: кейс-стаді ТОВ «Консімпл». *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. Серія: "Економічні науки". № 1. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10643>
26. **Ромащенко О. С., Воскобоева О. В., Снітко А. С.** (2025). Оцінка результативності інтернет-маркетингу як індикатор стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*: зб. наук. праць. № 3– 4. 2025. <https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2049>
27. **Ромащенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С.** (2025). Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. *Бізнес Інформ*. 2025. №1. С.471-479. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-1-471-479>
28. **Ромащенко О.С., Качмала В.І., Павлов В.А., Грачов Б.О.** (2025). Особливості формування стратегії SMM-просування: сучасні підходи та інструменти ефективності. *Журнал Бізнес-навігатор*. №1 (78) №1 (78) 2025 С.309-314. <https://doi.org/10.32782/business-navigator.78-51>
29. **Ромащенко О.С., Крижко О.В., Снітко А.С.** (2025). Презентація як інструмент візуалізації: особливості та значення в маркетингу. *Економіка та суспільство*. 2025. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5344>
30. **Сьомкіна Т.В., Дарчук В.Г., Дарчук С.С., Сінчевський С.А.** (2025). Диверсифікаційно-поведінкова модель маркетингового управління функціонуванням і розвитком роздрібних торговельних мереж. *Ефективна економіка*., № 1. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5548>

31. **Vynogradova, O., Sovershenna, I., Yesmakhanova, A., & Ihnatenko, O.** (2024). Development trends of payment ecosystems as a key link of the e-commerce infrastructure. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*, 3(5), 45–54. DOI: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240305.06>
32. **Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Денисов Є.В., Недопако Н. М.** (2024). Принципи управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. *Інвестиції: практика та досвід*. № 12 червень. С.48-54. <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3947>
33. **Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Захаржевська А. А., Недопако Н. М.** (2024) Принципи ефективного управління ризиками на підприємствах телекомунікацій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. №1. С.5-17. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2024.010001>
34. **Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Недопако Н. М.** (2024). Інтегрований системний підхід до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. №5. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-5-9944>
35. **Виноградова О. В., Ігнатенко О. В., Недопако Н. М., Ільницький Т.Р.** (2024) Проблеми впровадження digital-технологій у маркетингову діяльність українських компаній. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. №2 (45), С.4-9. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2957>
36. **Виноградова О. В., Крижко О. В., Молоков І. О.** (2024) Ефективність впливу креативів таргетованої реклами на споживачів. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. №4 (47). С. 12-20. DOI: 10.31673/2415-8089.2024.041116. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/3073>
37. **Виноградова О. В., Крижко О. В., Недопако Н. М.** (2024). Моніторинг комунікаційного клімату телекомунікаційних підприємств . *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. №3. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-3-9771>
38. **Виноградова О. В., Недопако Н. М., Тимченко Н. А.** (2024) Особливості управління маркетинговою діяльністю малих промислових підприємств на основі концепції маркетингу взаємовідносин. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. №1. С.5-17. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2024.010002>
39. **Вишнівський В., Качмала В., Петровська С.** (2024). Інтеграція омніканального маркетингу: виклики та перспективи для сучасних брендів «Економіка, менеджмент, бізнес» № 4 К., С.21 – 27. <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/3074/2964>
40. **Воскобоєва О. В., Ігнатенко О. В., Сьомкіна Т. В., Недопако Н. М.** (2024). Оцінка ефективності управління маркетинговою діяльністю як чинник результативності бізнесу. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. № 11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2057-2024-11-10493>
41. **Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С.** (2024). Інтелектуальна власність в освітньому процесі. *Економіка і сіспільство*. №12.
42. **Головніна О. Г., Сьомкіна Т. В., Денисенко М. П.** (2024). Управління якістю корпоративного людського капіталу. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. №2. С.19-27. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2959>
43. **Качмала В.** (2024). Основні аспекти трансформації світових торговельних режимів на сучасному етапі «Економіка, менеджмент, бізнес» № 1, К., 2024, С. 26 - 34. <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2929/2825>
44. **Ромащенко О.С., Крижко О.В., Снітко А.С.** (2024). Презентація як інструмент візуалізації: особливості та значення в маркетингу. *Економіка та суспільство*. № 70. С.70-86 <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-86>
45. **Сьомкіна Т.В., Гужавіна І., Ковальов А.** Державні закупівлі: сучасні виклики, тенденції та ефективність управління. *Економічний аналіз*, № Том 34. № 3. С. 640-653. <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.640>
46. **Сьомкіна Т.В., Денисенко М.П., Головніна О.Г.** Управління якістю корпоративного людського капіталу. «Економіка. Менеджмент. Бізнес», ДУІКТ, № 2, 2024, С.. 19-28. <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2959>

47. **Somkina T., Darchuk V., Snitko A.,** Sinchevsky S. Marketing and communication platform as an element of the retail network development management model in the context of product diversification // International Scientific Journal "Internauka". Series: "Economic Sciences". – 2024. – № 1. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10608>

2023

48. Golovnina E., Kovshova I., Zubko T., **Somkina T.,** Grydzhuk I. (2023) Economic development of the marketing of values in the human capital executive management hierarchy. Journal of Hygienic Engineering and Design. Vol. 44. Pp. 128-138. URL: <https://keypublishing.org/jhed/jhed-volumes/volume-44/>
49. **Romaschenko O.,** Sukhomlinova B. (2023). Formation of the marketing strategy of SMB communication enterprises. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2023. №3. С.69-74. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2898/2796>
50. **Romashchenko O.,** Spatar D. (2023). The use of digital technologies in the development of a strategy for the promotion of services at the enterprise. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 1. С.65-70. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/issue/view/177>
51. **Vynogradova Olena, Sovershenna Iryna, Yesmakhanova Alua,** Korvyakov Valeriy. Development trends of payment ecosystems as a key link of the e-commerce infrastructure. *Magazine "Statistics, accounting and audit"*. Almaty University of Humanities and Economics, volume 91, №4, 2023. <https://isq-journal.com/isjmef/article/view/841>
52. Zghurska O., Melnichuk L., Larina Y., **Somkina T.,** Remez U., Kalyna Lutsii K., Khmurkovskiy H., Basha I, Shaporenko O. (2023). Multifactorial forecast modeling of agro-industrial enterprises' profitability in the process of implementing diversification strategies. Journal of Hygienic Engineering and Design. Volume-41. <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2023/02/16.-JHED-Volume-41-FPP-Abstract> (Scopus)
53. **Виноградова О. В., Дарчук В. Г., Пінчук В. М** (2023). Тенденції розвитку інтернет-маркетингу на ринку світлопрозорих конструкцій у секторі В2В. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 3. С.4-9. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2023.030409> .
54. **Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Бондар В. В.** (2023) Особливості маркетингової політики малого бізнесу в Україні в умовах війни. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1-2. С.5-17. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2023.120110>
55. **Виноградова О. В., Єсмаханова А.У., Совершенна І.О.** (2023). Особливості маркетингу взаємовідносин на ринку ІТ-аутсорсингу у воєнний час. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2023 № 25. С.65-71 DOI: <https://doi.org/10.32782/2307-5651.25.2023.11>
56. **Виноградова О. В., Крижко О. В., Бондаренко С. А.** (2023) Інноваційні рекламні технології у торговельно-розважальній сфері. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 4. С.4-8. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2023.040303> .
57. **Виноградова О. В., Шендерівська Л. П., Кулик А. А., Закусило В. В.** (2023). Безпекове управління маркетинговими процесами та стартапів інноваційно орієнтованих підприємств сфери послуг в умовах діджиталізації. *Формування ринкових відносин в Україні*. № 7-8. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.10.20>
58. **Виноградова О.В., Дарчук В.Г., Пінчук В.М.** (2023). Тенденції розвитку інтернет-маркетингу на ринку світлопрозорих конструкцій у секторі В2В. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2023. №3-4 С.4-9 <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2851>
59. **Виноградова О.В., Дрокіна Н.І., Бондар В.В.** (2023). Особливості маркетингової політики малого бізнесу в Україні в умовах війни. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2023. №1-2 (41) С.4-8. <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2808>
60. **Виноградова О.В., Крижко О.В., Бондаренко С.А.** (2023). Інноваційні рекламні технології у торговельно-розважальній сфері. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2023. №3-4 <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2889>

61. Головніна О. Г., Гальцова О. Л., **Сьомкіна** Т. В., Слава С. С. (2023). Деякі аспекти управління розвитком людського капіталу. Приазовський економічний вісник. Вип. 1. С. 22-31. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/1_33_ukr/6.pdf
62. **Сьомкіна** Т.В., Головніна О.Г., Гальцова О.Л. (2023). Управління структурою людського капіталу на основі концепту інноваційних змін. Приазовський економічний вісник. Вип. 2(34), С. 13-19. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/2_34_ukr/5.pdf

2022

63. **Vynogradova** O., Darchuk V., Timchenko L.P. (2022) The main components of designing a brand of goods for children. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2022. № 1-2. С.10-16. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2022.011016>
64. **Vynogradova** O., Drokina N., Zakharzhevskaya A. (2022). Directions of activation of risk management of telecommunications enterprises in Ukraine in martial law and post-war condition. Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia, 28(4). URL: <https://aspe.sggw.edu.pl/article/view/4554>
65. **Vynogradova**, O., Pysar, N., & Zakharzhevskaya, A. (2022). The formation of strategic portfolio of the development of risk management in telecommunications enterprises during martial law and post-war conditions. *Technology Audit and Production Reserves*, 6(4(68)). <https://doi.org/10.15587/2706-5448.2022.270860>
66. Капелюшна Т., Дименко Р., Сафонов Ю., **Качмала** В., Борщ В., & Шеремет О. (2022). Didigital інструменти для ефективного навчання студентів та проведення тренінгів у режимі online в умовах невизначеності. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 6(47), 469–479. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.47.2022.3817>
67. Oksana Zghurska, Mykola Malik, Viktoriia Baidala, Tetiana **Somkina**, Stepan Kubiv, Ina Huzhavina, Andrii Sukhostavets, Anna Kulik, Alina Zakharzhevskaya. (2022). Modeling the influence of the environmental factor on ensuring the sustainability of Ukraine's food security. Journal of Hygienic, Engineering and Design (Food Production and Processing). V. 40. 2022. 191-200. (ISSN NO. (Online): 1857-8489)) (Scopus) URL: <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2022/11/12.-Abstract-%D0%9>
68. Гальцова О.Л., Головніна О.Г., Іванова Н.Ю., **Сьомкіна** Т.В. (2022). Теоретичні підходи до дослідження трипільської культури як об'єкту маркетингу цінностей. Приазовський економічний вісник. Випуск 3(32), 2022, с. 61-70. http://pev.kpu.zp.ua/journals/2022/3_32_ukr/13.pdf
69. Oksana Zghurska, Mykola Malik, Viktoriia Baidala, Tetiana **Somkina**, Stepan Kubiv, Ina Huzhavina, Andrii Sukhostavets, Anna Kulik, Alina Zakharzhevskaya. (2022). Modeling the influence of the environmental factor on ensuring the sustainability of Ukraine's food security. Journal of Hygienic, Engineering and Design (Food Production and Processing). V. 40. 191-200. (ISSN NO. (Online): 1857-8489)) (Scopus) URL: <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2022/11/12.-Abstract-%D0%9Eksana-Zghurska.pdf>

2021

70. Dergachova V., Kravchenko M., **Vinogradova** O., Kuznetsova K. (2021). Competitive devaluation: theoretical aspects and world practice. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. №36 2021. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i36.227884>
71. Nadiia Pysar, Dergacheva Viktoria, Olena **Vynogradova**, Olga Guseva. Gross Domestic Product Energy Intensity Level as a Criterion for Evaluating the Energy Security of National Economy. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 2020, 10(4), 424-429. <https://www.econjournals.com/index.php/ijeep/article/view/9420>
72. Tetiana **Somkina**, Olena Tarasevych. (2021). Methodological approaches to the analysis of the implementation of the "center-region" relations taking into account economic and environmental

security. Green, Blue & Digital Economy Journal, Volume 2. Number 2. Riga, Latvia : "Baltija Publishing", 2021, 53-64 pages. <https://baltiapublishing.lv/index.php/gbdej/article/download/1163/1203>

73. **Vynogradova O.**, Drokina N. (2021). SERM strategy in the marketing activities of the tourist enterprise. Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe, 1(2), 2021. 21-29. <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-2-3>
74. **Vynogradova O.**, Nedorako N., Kryzhko O. (2021). Формування та розвиток поняття цифрового маркетингу. Соціально-економічні проблеми і держава. Вип. 2 (25). 2021. С. 162-170. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21vovpcm.pdf>
75. **Vynogradova O.**, Pysar N., Drokina N., Lytvynova O., Sovershenna I. Critical Evaluation of the Sustainable Development Principles Within the Fashion Business Model Components for Early-Stage Company (July 1, 2021). *Technology Audit and Production Reserves*, 3(4(59)), 12–17, 2021. doi:10.15587/2706-5448.2021.235625, URL: <https://ssrn.com/abstract=3881722>
76. Zghurska O., **Somkina T.**, Korchynska O., Fedorchenko A., Tarasevych O., Kubiv S. (2021). Formation of organizational and economic structure in the process of developing innovative solutions of a diversified enterprise. Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing). V. 36. 2021. (ISSN NO. (Online): 1857-8489)). (Scopus) (DECEMBER 2021). URL: <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2021/11/4.-JHED-Volume-36-FPP-Abstract-%D0%9>
77. Zghurska, O. **Somkina T.** Formation of science-intensive and market portfolio of entrepreneurial activity diversification strategy. (2021). Advanced Aspects of Engineering Research. 2021/BP/8990D Vol. 10, 29 April 2021, Page 93-105. URL: <https://doi.org/10.9734/bpi/aaer/v10/8990D>
78. Zghurska, O., **Somkina T.**, Romashchenko O., Korchynska O. (2021). Formation of market-oriented enterprises' management system in the direction of intensification of innovative processes. Journal of Hygienic Engineering and Design (Food Production and Processing). V. 35. 2021. P. 129-138 (ISSN NO.: 1857-8489)). (Scopus) URL: <https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2021/08/12.-JHED-Volume-35-FPP-Abstract-%D0%9>
79. **Виноградова О. В.** Дарчук В. Г. Тимченко Л. П. (2022) Основні складові проектування бренду товарів для дітей. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021 №1-2 С.10-16 <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2704>
80. **Виноградова О. В.**, Писар Н. Б., Дрокіна Н. І., Литвинова О. В., Совершенна І. О. Використання інструментів цифрового просування товарів як основних засобів маркетингових комунікацій за принципами сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9130>
81. **Виноградова О.В.**, Дарчук В.Г., Снітко А.С. Управління брендом інноваційного продукту телекомунікаційного підприємства. *Наукові записки Державного університету телекомунікацій*. № 1. 2021. С.5-11. <http://journals.dut.edu.ua/index.php/sciencenotes/article/view/2622>
82. **Виноградова О.В.**, Недопако Н.М. Digital маркетинг: еволюція розвитку в Україні. *Економічний вісник НТУ України «КПІ»*. 2021. №18. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.240678>
83. Дрокіна Н.І., **Виноградова О.В.** SERM стратегія в маркетинговій діяльності туристичного підприємства. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 1(2), 2021, 21-29. <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/898>
84. Згурська О. М., **Сьомкіна Т. В.** (2021). Комунікаційні нерекламні засоби маркетингової діяльності підприємства. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри: колективна монографія / За наук. ред. І. В. Перевозової. Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. С. 160-179. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7855187>
85. Згурська О. М., **Сьомкіна Т. В.** (2021). Економічний механізм управління ризиками розробки та виконання міжнародних офсетних угод. Green, Blue & Digital Economy Journal, Volume 1. Number 31. Riga, Latvia Publishing House "Baltija Publishing", 2021. С. 220-227

[https://www.researchgate.net/publication/360636512 EKONOMICNIJ MECHANIZM UPRAVLINNA RIZIKAMI ROZROBKI TA VIKONANNA MIZNARODNIH OFSETNIH UGOD](https://www.researchgate.net/publication/360636512_EKONOMICNIJ_MECHANIZM_UPRAVLINNA_RIZIKAMI_ROZROBKI_TA_VIKONANNA_MIZNARODNIH_OFSETNIH_UGOD)

86. Качмала В., Фонотова О.В. Ефективність управління підприємством в контексті формування корпоративної культури. Економіка, менеджмент, бізнес. К., 2021. Вип. 35 (№2), С. 56 – 61. <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2535/2436>

2020

87. Oksana Zghurska, Yaroslava Larina, Tetiana **Somkina** and Olena Korchynska. (2020). Organizational structure of agro-industrial enterprises' activity in the direction of diversification strategies' formation. Solid State Technology. Vol. 63 No. 6 (2020). P. 42 – 43. URL: <http://solidstatetechnology.us/index.php/JSST/article/view/8544>
88. Oksana Zghurska, Tetiana **Somkina**, Lina Melnichuk and Ina Huzhavina. (2020). The mechanism of effective implementation of strategies for diversification of agro-industrial enterprises of Ukraine. International Journal on Emerging Technologies. 11(5): 170-179 (2020). (ISSN NO. (Print): 0975-8364: 2249-3255) (Scopus, Web of Science). URL: <https://www.researchtrend.net/ijet/pdf/25%20The%20Mechanism%20of%20Effective%20Implementation%20of%20Strategies%20for%20Diversification%20of%20Agro-Industrial%20Enterprises%20of%20Ukraine-3167-Tetiana%20Somkina.pdf>
89. **Voskoboeva** E.V., **Romashchenko** O.S., Plevako N.O. Regional labor market of Ukraine. Економічні студії. 2020. Випуск 4 (30).с. 18-24. Режим доступу: [http://www.lef.lviv.ua/files/archive/journal/2020/4\(30\)_2020.pdf](http://www.lef.lviv.ua/files/archive/journal/2020/4(30)_2020.pdf)
90. **Voskoboeva** E.V., **Romashchenko** O.S. Strategic planning of the organizational structure of the enterprise. "Економічний журнал Одеського політехнічного університету". 2020. №4(14). с.5-11 Режим доступу: <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No4/5.pdf>
91. **Vynogradova** O., Drocina N.S., Yevtushenko N., Darchuk V., Irtlach M. Theoretical approaches to the definition of Internet marketing: *Ukrainian dimension. Innovative Marketing*, 2020, 16(1), P.89-103. [https://www.researchgate.net/publication/340291705 Theoretical approaches to the definition of Internet marketing Ukrainian dimension](https://www.researchgate.net/publication/340291705_Theoretical_approaches_to_the_definition_of_Internet_marketing_Ukrainian_dimension)
92. **Vynogradova** O., Drocina N.S., The Structure of an Integrated internet marketing complex based on marketing-mix concept . Acta Sci. Pol.Oeconomia 19 (3) 2020, 117–126 <https://aspe.sggw.edu.pl/article/view/2207>
93. **Виноградова** О. В., **Совершенна** І. О., **Крижко** О. В., Тарасюк А. В. Види ефективності рекламної діяльності підприємства. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2020. №8. <https://www.inter-nauka.com/issues/2020/8/5990>
94. **Виноградова** О.В., Дрокіна Н.І., Либя К.Д. Сутність інновацій в маркетинговій діяльності телекомунікаційних підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Випуск 7(87)/2020 <https://www.inter-nauka.com/issues/2020/7/5953>
95. **Виноградова** О.В., Євтушенко Н.О., Крючок І.С. Електронна комерція в епоху диджиталізації. *Причорноморські економічні студії*, 2020. С.55-61 http://bses.in.ua/journals/2020/53_2020/10.pdf
96. **Виноградова** О.В., Микуляк С.В. Чинники впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств в умовах COVID-19. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. Вип. №9 (89) /2020. <https://www.inter-nauka.com/issues/2020/9/6095>
97. **Виноградова** О.В., Дрокіна Н.І. Методичні підходи до оцінки інтегрованого інтернет-маркетингу підприємств. *Науковий вісник МГУ. Серія: Економіка і менеджмент*. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. №42. Index Copernicus (156), 129-135. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-23>
98. **Дарчук** В., Кошіль А. Маркетингові інструменти управління нестабільними системами. Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал. 2020. №6. <https://nauka->

online.com.ua/publications/ekonomika/2020/6/marketingovye-instrumenty-upravleniya-nestabilnymi-sistemami/

99. Згурська О. М., **Сьомкіна** Т. В. (2020). Структура управління агропромисловими підприємствами в умовах розвитку інформаційних технологій. Міжнародний науково-виробничий журнал «Економіка АПК». 2020. № 10. С. 71-78. URL: <http://eapk.org.ua/contents/2020/10/71>
100. Згурська О. М., **Сьомкіна** Т. В. (2020). Стан інноваційно-інформаційного розвитку агропромислових підприємств. Міжнародний науково-виробничий журнал «Економіка АПК». 2020. № 12 С. 35-48. URL: <http://eapk.org.ua/ru/contents/2020>
101. Згурська О. М., **Сьомкіна** Т. В. (2020). Сучасний стан та стратегічні можливості підприємств агропродовольчого комплексу України. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/5.pdf
102. Згурська О.М., Гужавіна І. В., **Сьомкіна** Т. В. (2020). Фундаментальні тренди розвитку світової біржової торгівлі. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 24. С. 5 - 9. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2020/3.pdf
103. Згурська О.М., Гужавіна І. В., **Сьомкіна** Т. В. (2020). Фінансовий контролінг в системі управління підприємством. Економіка та держава. № 12. 2020. С. 11 -14. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2020/4.pdf
104. **Ігнатенко** О.В. (2020). Оцінка за компетенціями та показники KPI при рейтинговому призначенні на підприємстві. *Актуальні проблеми психології Том 1. Частина 2 Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія.* С.32-35.
105. **Ігнатенко** О.В. (2020). Теорія і практика проведення коучинг-сесій з представниками допомагаючих професій. *Актуальні проблеми психології. Том 11 Психологія особистості. Психологічна допомога особистості.* С. 65-68 .
106. **Качмала** В.І. Зміни в економічному розвитку лівобережної України внаслідок Столипінської аграрної реформи. Гілея: науковий вісник. К., 2020. Вип.153 (№ 2). С.54 – 60. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64 .
107. **Крижко** О. В., Совершенна І. О., Коваленко А. М. Специфіка ціноутворення в умовах гострої конкуренції. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука".* 2020. №9. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/2020/9/6081>
108. **Крижко** О. В., Совершенна І. О., Коваленко А. М. Специфіка ціноутворення в умовах гострої конкуренції. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2020. № 9. Режим доступу до журналу: <https://www.inter-nauka.com/archive/archive-of-issues/>
109. Легомінова С.В. **Воскобоева** О.В., **Ромащенко** О.С. Концептуальні основи управління товарними запасами підприємства Науковий журнал «Економічний форум». Луцьк Випуск 1, 2020 с. 89-98. Режим доступу: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/94
110. Совершенна І. О., **Дарчук** В. Г., **Крижко** О. В., Єрмак Ю. С. Дистинктивність Інтернет-брендінгу. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2020. №10. Режим доступу до журналу: <https://www.inter-nauka.com/issues/2020/10/6082>
111. Совершенна І. О., Остролуцький О. О. Маркетингові стратегії конкуренції: аналіз сучасних концепцій. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2020. №1. <http://bit.ly/2wTsuW9>
112. Федулова Л.І., **Совершенна** І.О. Особливості розвитку національної інноваційної системи Республіки Корея: досвід для України в умовах трансформації інноваційних процесів. Науковий журнал «Інноваційна економіка». 2020. №1-2. С. 9-14. <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/501/563>