

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

5. Григоренко Т. М. Класифікація видів мерчандайзингу. *Бізнес Інформ.* 2020. № 5. С. 511-515. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_5_70.
6. Данкеєва О. М. Аналіз перцепції споживачами простору мерчандайзингу в роздрібних торговельних мережах. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка.* 2018. Т. 23, Вип. 1. С. 55-58. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2018_23_1_13.
7. Заячківська Г. А. Візуальний мерчандайзинг як засіб впливу на поведінку споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2019. № 6(1). С. 69-74. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_6\(1\)_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_6(1)_15).
8. Мазаракі А. А. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 291 с.
9. Парфентенко І. А. Застосування трирівневої концепції мерчандайзингу для формування купівельної лояльності. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2018. № 62. С. 342-348. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2018_62_46.
10. Розумей С. Б. Візуальний мерчандайзинг (вітриністика) як засіб просування товару. *Бізнес-навігатор.* 2018. Вип. 2-2. С. 47-51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_2-2_11.
11. Селезньова О. О. Вплив візуального мерчандайзингу на формування лояльності клієнтів. *Маркетинг і цифрові технології.* 2020. Т. 4, № 3. С. 44-54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mardigt_2020_4_3_8.
12. Соломянюк Н. Н. Візуальний мерчандайзинг як інструмент управління роздрібним продажем. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2018. № 12. С. 56-64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2018_12_8.
13. Шалева О. І. Мерчандайзингові технології стимулювання імпульсних покупок у роздрібній торгівлі. *Підприємництво і торгівля.* 2018. Вип. 23. С. 144-149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2018_23_26.
14. Шимко О. В. Мерчандайзинг у системі управління торговельним підприємством. *Бізнес Інформ.* 2020. № 1. С. 383-390. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_1_50

Допоміжні

4. Dontsova O. S. Role of forensic merchandising in consumer protection cases. *Theory and practice of forensic science and criminalistics.* 2019. Iss. 19. С. 417-426.

5. Petrova I. A. Features of professional competency formation of forensic merchandising expert. *Theory and practice of forensic science and criminalistics*. 2020. Iss. 21. С. 165-178.
6. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ: Кондор-видавництво, 2017. 368 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>
7. Внутрішня торгівля України : монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 864 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/508cf1120fbd640bbc5337b81b163898.pdf>
8. Головня О. М. Виставково-ярмаркова діяльність як інтеграційний інструмент реалізації інтересів АПК. *Проблеми економіки*. 2022. №1 (51). С. 20–25.
9. Мазур Н. А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібник. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3444/Ekonomika-torhovelnogo-pidpriemstva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
10. Паламаренко Я.В. Дослідження ефективності роздрібної торгівлі та стратегічні напрями її удосконалення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 24. С. 44-56. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.24.44
11. Писар Н. Б. Методологічні засади мерчендайзингу в системі управління збутом. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки*. 2021. № 6 (2). С. 46-53.
12. Світлична А. В., Дем'яненко Н. В., Кучеренко Ю. О. Шляхи підвищення якості торговельного обслуговування споживачів книгарні. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 35. С. 273-277.