

ПРЯДКО ОЛЬГА МИКОЛАЇВНА
Кандидат економічних наук, доцент

Навчальні посібники

1. Савицька Н. Л., Прядко О. М. Мерчандайзинг: навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг (2-ге видання, доповнене) / Держ. біотехн. ун-т. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2024. 206 с.

Монографії

1. Олініченко К.С., Прядко О.М. Стійкість бізнесу в епоху цифровізації: механізми, інструменти та тенденції маркетингу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 113-161. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18310423>

Статті у виданнях, індексованих у наукометричних базах даних Scopus / Web of Science Core Collection

1. Savytska N., Zhehus O., Chmil H., Uchakova N., Androsova T., Priadko O. Applied research of digital readiness of retails. WSEAS Transactions on Environment and Development. 2022. Vol. 18. P. 798–809. DOI: 10.37394/232015.2022.18.75.
2. Savytska N., Babenko V., Chmil H., Priadko O., Bubenets I. Digitalization of Business Development Marketing Tools in the B2C Market. Journal of Information Technology Management. 2023. Vol. 15, Issue 1. P. 124–134. URL: https://jitm.ut.ac.ir/article_90740_2dc7c64f4d84dc1be3d51c6accc5f811.pdf.
3. Savytska N., Shtal T., Piddubna L., Penkina N., Priadko O. Analytical tools for evaluating customer experience in the context of marketing management of service companies. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series “Economics”. 2024. Vol. 11(3). P. 112–124. DOI: 10.52566/msu-econ3.2024.112.
4. Savytska N., Zhehus O., Polevych K., Prydko O., Bubenets I. Enterprise Resilience Behavioral Management in a Decision Support System. Journal of Information Technology Management. 2024. Vol. 16(4). P. 100–121. URL: https://jitm.ut.ac.ir/article_99053_4d6c60528aff8d74c952a24bcfe2348a.pdf.

Статті в наукових фахових виданнях України (категорії Б)

- 1.** Прядко О. М., Тарасов І. Ю. Нова збита десертна продукція: маркетинговий погляд на споживчий аспект. *Бізнес Інформ*. 2022. № 3. С. 119–125. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2022_3_18.
- 2.** Чміль Г. Л., Олініченко К. С., Прядко О. М. Організаційні аспекти формування комунікативної політики промислового підприємства. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2022. № 3 (79). С. 103–110. DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2022-79-15>.
- 3.** Чміль Г. Л., Олініченко К. С., Прядко О. М. Маркетингові аспекти сталого розвитку підприємства: гносеологія та організація директ маркетингу. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом*. Економічні науки. 2023. Вип. 4 (71). С. 73–81.
- 4.** Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Прядко О. М. Маркетингові технології просування інноваційного продукту за допомогою брендингу. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. № 3 (83). С. 102–110. DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2023-83-14>.
- 5.** Прядко О. М., Чміль Г. Л., Олініченко К. С. Брендування як елемент формування іміджу продукції FMCG. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. № 1 (81). С. 84–92. DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2023-81-11>.
- 6.** Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Прядко О. М. Трансформація комунікаційної політики для забезпечення резильєнтності підприємств роздрібної торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2024. № 2. С. 338–345. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-338-345>.
- 7.** Савицька Н. Л., Прядко О. М., Куляшов В. К., Тимофєєва А. О. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами цифрових комунікацій у соцмережах. *Бізнес Інформ*. 2024. № 6. С. 407–414. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-407-414>.
- 8.** Прядко О. М., Чміль Г. Л., Олініченко К. С. Маркетингова координація інноваційних процесів в умовах цифровізації. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2024. № 1 (85). С. 84–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2024-85-13>.
- 9.** Савицька Н. Л., Прядко О. М., Пахуча Е. В., Сальніков Р. Д., Безсонцева Д. Р. Ринкова стійкість органічних операторів. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наукових праць. Харків: ДБТУ, 2024. Вип. 1 (35). С. 109–119.

10. Прядко О. М., Черкасова В. С., Сухіна О. П. Маркетинг у ресторанному бізнесі: адаптація до змін споживчої поведінки. Науковий погляд: економіка та управління. 2025. № 2 (90). С. 151–156.
11. Прядко О. М., Михайлова-Сопя С. Є. Маркетингова стратегія просування підприємства ресторанного господарства у цифровому середовищі. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2025. DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-5-20>.