

Дибчук Людмила Василівна



Науковий ступінь, вчене звання, посада: кандидат наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та підприємництва.

Дисципліни, що викладає: «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Маркетинговий менеджмент», «Підприємницька діяльність».

e-mail: important@email.ua

Освіта: Закінчила Вінницький інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, 2007 р. Спеціальність: економіка підприємства. Кваліфікація: магістр з економіки підприємства.; Тернопільську академію народного господарства, 2003 р. Спеціальність: фінанси. Кваліфікація: економіст за спеціальністю фінанси; Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського, 1999 р. Спеціальність: всесвітня історія. Кваліфікація: вчитель історії та основ правознавства. Закінчила аспірантуру Тернопільського національного економічного університету і успішно захистила кандидатську дисертацію у 2006 році.

Вчене звання доцента кафедри маркетингу та товарознавства Хмельницького національного університету присвоєно 2017 року.

Пройшла курс навчання у Вищій школі менеджменту в Варшаві з навчальними виїздами до інституцій Європейського Союзу: Європейський парламент, НАТО, Комітет Регіонів, Єврокомісія, Розрахунковий Трибунал, Трибунал справедливості, Європейський Центральний банк, Рада Європи, Трибунал Прав Людини (Польща, Німеччина, Франція, Голандія, Бельгія, Люксембург, Чехія) (2005) . Пройшла піврічне стажування на ТОВ підприємстві «АВІС» (2016), міжнародне стажування в Університеті Суспільних Наук в м. Лодзь (Польща) (2017), підвищення кваліфікації на кафедрі маркетингу та торговельного підприємництва Хмельницького національного університету (2018).

Працювала у Вінницькому інституті економіки Тернопільського національного економічного університету, Хмельницькому національному університеті.

Коло наукових інтересів: маркетинговий менеджмент, стратегії маркетингових комунікацій, стратегії комунікативного впливу на дистрибутивну політику підприємств.

Найбільш актуальні публікації

1. Дибчук Л.В. Концепція формування маркетингової стратегії розвитку промислових підприємств / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т. 4, №5. – С.139-142. **(Фахове видання)**
2. Дибчук Л.В. Теоретичні і практичні аспекти підготовки маркетологів у ВНЗ / Л.В. Дибчук // Нові технології навчання: Наук.-метод. зб. Інституту інноваційних технологій і змісту освіти. Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки: В 2-х ч. – Київ, – Вип.73.Ч.ІІ. – 2012. – С.75-78. **(Фахове видання)**
3. Дибчук Л.В. Місце брендингу в сучасних маркетингових концепціях /Л.В. Дибчук // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Проблеми розвитку економічних, соціальних, інформаційних зв'язків та кооперацій». – Вінниця, 2013. – С. 363-373.
4. Дибчук Л.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств Укоопспілки шляхом впровадження власних торгових марок / Л.В. Дибчук, В.В. Каправий // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013 р. – Т. 2, №6. – С. 151-154. **(Фахове видання)**
5. Дибчук Л.В. Використання наскрізних завдань при проведенні практичних робіт з дисципліни «Маркетингові дослідження» / Л.В. Дибчук, О.В. Пітик // Шляхи підвищення ефективності навчального процесу у вищому навчальному закладі: науково-методична конференція, 18 грудня 2013. – Вінниця, 2013. – С. 132-136.
6. Дибчук Л.В. Креативний компонент інтелектуального розвитку творчої особистості в процесі навчання у кооперативних вищих навчальних закладах / Л.В. Дибчук // KULTUROWE ASPEKTY EDUKACJI INSTYTUT STUDIOW NAD FILOZOFIA SŁOWIANSKA IM. SW. CZRZLA I METODEGO Warszawa, 2014. – Warszawa, 2014. – S.158-165. **(Іноземне видання)**
7. Дибчук Л.В. Мотивація споживача як чинник діяльності підприємства /Л.В. Дибчук // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Економіка : сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах». – Вінниця, 2014. – С. 189-193.
8. Дибчук Л.В. Сутність та особливості формування інтегрованих маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – Т.2, №5. – С. 54-56. **(Фахове видання)**
9. Дибчук Л.В. Управління часом маркетологів як складова ефективного самоменеджменту / Л.В. Дибчук, О.В. Пітик // Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2015, № 9. – С. 412-414.
10. Дибчук Л.В. Організація комунікаційної діяльності на промислових підприємствах / Л.В. Дибчук // Конкурентоспроможність національної економіки та освіти: пошук ефективних рішень: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. уч., м. Вінниця, 15 квітня 2015 р.: у 3-х т. – Т.1 / редкол.: ВНИЕ ТНЕУ. – Тернопіль, 2015. – С. 100-103.
11. Дибчук Л.В. Маркетингове забезпечення економічного розвитку регіону / Л.В. Дибчук // Сучасні виклики розвитку світової економіки: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2015. – С. 254 -257

12. Дибчук Л.В. Сучасні тренди ринку маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук, Д.О.Кукурудза // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доповідей X між народної науково-практичної конференції, 3-5 грудня 2015 р., м. Хмельницький. – Хмельницький: ХНУ, 2015. – С. 49-52.
13. Дибчук Л.В. Роль управління в маркетинговій діяльності промислових підприємств / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Наук. журнал. Серія: Економічні науки: №6 м. Хмельницький, 2015 р. – С. 36-39 **(Фахове видання)**.
14. Дибчук Л.В. Директ-маркетинг: необхідність активізації в сучасних умовах / Л.В. Дибчук, Є.А.Шагінян // Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. м. Вінниця, 15 квітня 2016 р. ВНІЕ ТНЕУ. – Тернопіль: Крок, 2016. – С. 185-189.
15. Дибчук Л.В. Виробнича практика як один з найважливіших складових навчального процесу ВНЗ / Л.В. Дибчук // Науково-методичні орієнтири професійного розвитку особистості: тези доповідей учасників IV Всеукраїнської науково-метод. конф. 20.04.2016 р. - Вінниця: ТОВ «Меркьюрі – Поділля», 2016. – С. 103-106
16. Дибчук Л.В. Мотивація як дидактичний інструмент пізнавальної діяльності студентів / Л.В. Дибчук, Є.А. Шагінян // Науково-методичні орієнтири професійного розвитку особистості: тези доповідей учасників IV Всеукраїнської науково-метод. конф. 20.04.2016 р. - Вінниця: ТОВ «Меркьюрі – Поділля», 2016. – С. 106-108
17. Дибчук Л.В. Маркетингове забезпечення переробних підприємств / Л.В. Дибчук, М.Б. Цопа // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Випуск 6 / 2016. – Вінниця: ТОВ Вінницька міська друкарня, 2016. – С. 73-77
18. Дибчук Л.В. Використання інструментів системи маркетингових комунікацій на підприємстві / Л.В. Дибчук // International Scientific - Practical Conference Economic Development Strategy in Terms of Eadeuropean Integration: Conference Proceeding ,May 27, 2016. Kaunas: Baltija Publishing. – P. 169-173 **(Іноземне видання)**
19. Дибчук Л.В. Formation of a system approach to the optimization of marketing management at an enterprise/ L. Dybchuk, S.Kovalchuk, D. Kobets // Eastern – European journal of enterprise Technologies. 3 /4 (81). - 2016. – P.4 -12 **(SCOPUS)**
20. Дибчук Л.В. Ефективне функціонування комунікаційної системи промислових підприємств / Л.В. Дибчук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доповідей XI міжнародної науково-практичної конференції 23 – 25 вересня 2016 р.,м. Одеса. - Хмельницький :ХНУ, 2016. – С. 215-219
21. Дибчук Л.В. Етапи розробки маркетингової комунікативної стратегії / Л.В. Дибчук // Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XI Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. – С.64- 66
22. Дибчук Л.В. Формування ринку логістичних послуг в Вінницькому регіоні / Л.В. Дибчук, О.В. Пітик // Настоящи изследвания и развитие – 2017: матеріали за 13-а международна научна практична конференція, 17-25 януари , 2017 на Икономики. Том1. София. Бял ГРАД-БГ ООД. – С. 37-39 **(Іноземне видання)**
23. Дибчук Л.В. The evolutionary approach to the formation of a complex of marketing communications / L. Dybchuk, S.Kovalchuk // Transformations in Contemporary Society: Economic Aspects. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2017; ISBN 978 – 83-62683-96-3;pp.348 – S. 168 – 177. **(Іноземне видання, Monograph)**
24. Дибчук Л.В. Застосування логістики і маркетингу в економічному розвитку Вінницького регіону/ Л.В. Дибчук, О.В.Пітик // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Наук. журнал. Серія: Економічні науки: №17, 2017р. – С .76-82 **(Фахове видання)**.
25. Дибчук Л.В. Сучасна концепція управління маркетингом підприємства / Л.В. Дибчук, Ю.О.Головчук // Наука та практика сучасності і майбутнього: матеріали X Міжнародної

- науково-практичної конференції 17 травня 2017 р. – Вінниця:ТОВ «Нілан – ЛТД», 2017.- С.93-95
26. Дибчук Л.В. Сутність ефективності операційної діяльності підприємства / Л.В. Дибчук, О.В. Пархоменко // Наука та практика сучасності і майбутнього: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції 17 травня 2017 р. – Вінниця:ТОВ «Нілан – ЛТД», 2017. – С.128-130
 27. Дибчук Л.В. Вдосконалення процесу стратегічного управління на підприємстві ТОВ «АВІС» / Л.В. Дибчук, Ю.О. Головчук // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Випуск 7 / 2017. – Вінниця: ТОВ «Нілан – ЛТД», 2017. – С.53-58
 28. Дибчук Л.В. Роль інтернет-комунікацій в формуванні сфери ресторанного обслуговування / Л.В.Дибчук, О.В.Пітик// Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2017. – №3 (55). – С.62-68. **(Фахове видання)**
 29. Дибчук Л.В. Роль служби маркетингу на підприємствах торгівлі / Л.В. Дибчук // Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2017. – С.132-133.
 30. Дибчук Л.В. Дистрибуція як інструмент маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доповідей XII міжнародної науково-практичної конференції. (м. Хмельницький, 29.11. - 01.12.2017 р.). – Хмельницький: ФОП Горенюк Ю.І., 2017. – С. 52-55
 31. Дибчук Л.В. Формування інтегрованої системи дистрибуції товарів і послуг / Л.В.Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. –№ 6, Т. 1. – С. 85-90. **(Фахове видання)**
 32. Дибчук Л.В. Основні фактори формування та розвитку потенціалу підприємства / Л.В.Дибчук, А.В.Милик // Materials of the XIII International scientific and practical Conference « SCIENCE AND CIVILIZATION-2017»,Volume 5 : Economic science. Sheffield. Science and education LTD. – P.119-121 **(Іноземне видання)**
 33. Дибчук Л.В. Дистрибуція як ефективний спосіб зв'язку виробника зі споживачем / Л.В.Дибчук // Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (15 - 16 грудня 2017 р. м. Рівне). – Рівне, 2017. – С. 151-153
 34. Дибчук Л.В. Суть понять «компетентність» і «компетенція» щодо професійної підготовки майбутніх фахівців / Л.В.Дибчук, Н.Г. Кирилюк // Сучасний підхід до викладання дисциплін: міжнародна науково-методична конференція, 14 березня 2018 р.: тези доп. – Вінниця, 2018. – С. 21-24
 35. Дибчук Л.В. Цифровий маркетинг як ефективний інструмент сучасних комунікацій / Л.В. Дибчук, Ю.М. Паночишин // Людина віртуальна: нові горизонти: зб. наукових праць / за заг. ред. д. філос. н. Журби М.А. – Монреаль: СРМ «ASF», 2018. – С. 208-211 **(Іноземне видання)**
 36. Дибчук Л.В. Особливості формування маркетингових комунікацій на підприємствах / А.Г. Драбовський, Л.В. Дибчук // Соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. м. Вінниця, 18 квітня 2018 р. ВНІЕ ТНЕУ. – Тернопіль: Крок, 2018. – С. 61-63
 37. Дибчук Л.В. Розвиток кооперативного сектору Норвегії / Л.В. Дибчук, Н.Г. Кирилюк // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Випуск 8 / 2018. – Вінниця: ТОВ Вінницька міська друкарня, 2018. – С. 11-18
 38. Дибчук Л.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук, Ю.М. Паночишин // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Наук. журнал. Серія: Економічні науки: № 21, 2018. – С. 106-111 **(Фахове видання)**
 39. Дибчук Л.В. Гнучкий кадровий менеджмент як основа ефективного управління підприємством /Л.В. Дибчук, А.Г. Драбовський // Соціально-компетентне управління

- корпораціями в умовах поведінкової економіки: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Луцьк, 28 листопада 2018 р. – Луцьк, 2018. С. – 39-42
40. Дибчук Л.В. Комунікації в колективі: формування корпоративного духу / Л.В. Дибчук, О.В.Пітик // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Луцьк, 28 листопада 2018 р. – Луцьк, 2018. – С. 475-478
 41. Дибчук Л.В. Інформаційні комунікаційні технології як потужний інструмент системи дистрибуції / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 5, Т. 2. – С. 54-58. **(Фахове видання). (Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ)**.
 42. Дибчук Л.В. Чинники підвищення довіри до Інтернет-майданчиків / Л.В. Дибчук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доп. XIII міжнар. наук.- практи. конф., (Хмельницький – Кам.-Подільський, 29.11. – 01.12.2018 р.). – Хмельницький: ХНУ, 2018. – С. 52-55
 43. Дибчук Л.В. Інноваційні технології подання інформації в Інтернет-рекламі / Л.В. Дибчук, А. О. Василькова // «Економіка та суспільство». – 2018 – № 19. Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua> **(Фахове видання). (Index Copernicus)**.
 44. Дибчук Л.В. Ефективність використання нетрадиційного маркетингу та ступінь довіри до нього потенційних споживачів / Л.В. Дибчук // Науково-виробничий журнал «Бізнес - навігатор» – 2018. – № 6(49). – С. 87-91. **(Фахове видання). (Index Copernicus)**.
 45. Дибчук Л.В. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств / С.В. Ковальчук, Л.В. Дибчук // Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки». – 2018. – № 2 (82). – С. 382-392. **(Фахове видання). (Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ)**.
 46. Дибчук Л.В. Система бренд-маркетингових комунікацій у просуванні брендів торговельних підприємств / Л.В. Дибчук, К.А Добровольська // Чернівецький науковий часопис. Серія 1. Економічні і управління. – 2018. – № 1 (9). – С. 100-108. **(Фахове видання). (Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ)**.
 47. Дибчук Л.В. Тренди та прогнози розвитку електронної комерції в світі та в Україні / Л.В. Дибчук // Науково-практичний журнал «Регіональна економіка та управління» – 2019. – № 1(23). – С. 50-60. **(Index Copernicus, Google Scholar, РИНЦ)**.
 48. Дибчук Л.В., Ковальчук С.В. Формування ефективної дистрибутивної системи як складової успішного бізнесу // Інституалізація як фактор забезпечення розвитку системи інноваційної безпеки України: колективна монографія / За заг. Ред. О.Л. Гальцової. – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2019. – 488 с. (С. 382-399). **(Колективна монографія)**.
 49. Dybchuk L., Pchelianska G., Holovchuk Y. Logistics infrastructure of the foodmarket // Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities: collective monograph edited by M. Bezpartochnyi, in 3Vol. / Higher School of Social and Economik / – Przeworsk:2019. – Vol.3. – 404p. (P. 170-178). **(Collective monograph)**.
 50. Дибчук Л.В., Ковальчук С.В. Комунікаційна підтримка маркетингу в створенні інноваційної продукції // Детермінанти сталого розвитку економіки: міжнародна колективна монографія / Під заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В., д.ю.н., проф. Устименка В.А. – К.: Інтерсервіс, 2019. – 264 с. (С.221 – 232). **(Міжнародна колективна монографія)**.
 51. Дибчук Л.В. Формування маркетингової дистрибутивної системи підприємства / Л.В. Дибчук // Теоретичні та практичні аспекти антикризового регулювання економіки країни: тези всеукр. наук.- практи. конф., (м. Одеса, 04.05.2019 р.). – Одеса, 2019. – С. 52-55
 52. Дибчук Л.В. Дослідження поведінки споживачів послуг вищої освіти / Л.В. Дибчук, Ю.М. Паночишин // Гуманітарні, економічні та правові аспекти модернізації вищої

- освіти: міжнародна науково-методична конференція викладачів. – Вінниця: ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2019 р. – С.31-33
53. Дибчук Л.В. Формування стратегій розвитку учасників системи дистрибуції / Л.В. Дибчук // Стабільність національної економіки: проблеми та шляхи забезпечення матеріали міжнародної наук.- практ. конф., (м. Дніпро, 25.05.2019 р.). – Дніпро , 2019. – С. 55-60
54. Дибчук Л.В. Сувенірно-подарункова продукція як потужний інструмент маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук, О.В. Пітик // Науковий журнал «Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво», 2019. – № 2(107). – С. 36-41. **(Фахове видання). (Index Copernicus).**
55. Дибчук Л.В. Маркетинг взаємовідносин як важливий елемент конкурентної маркетингової стратегії / Л.В. Дибчук, Ю.О. Головчук // Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». Випуск 43. Режим доступу до журналу: www.bses.in.ua – С.89-92 **(Фахове видання). (Index Copernicus).**