

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

MARKETING RESEARCH OF CONSUMER PREFERENCES ON THE REGIONAL SERVICES MARKET IN THE CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Стаття присвячена комплексному дослідженню споживчих уподобань на регіональному ринку послуг, аналізуючи їх формування та трансформацію в контексті забезпечення сталого розвитку. Актуальність теми зумовлена необхідністю глибокого розуміння мінливих потреб та очікувань споживачів для розробки ефективних маркетингових стратегій, які не лише максимізують прибуток, але й сприяють довгостроковій екологічній, соціальній та економічній стійкості регіону. Розглянуто методологічні підходи до проведення маркетингових досліджень у сфері послуг, адаптованих до регіональної специфіки та з урахуванням сучасних глобальних трендів. Проведено аналіз сучасного стану та перспектив розвитку ринку аеродизайну в Україні, підкреслюючи його динамічний ріст завдяки підвищеному попиту на креативні та візуально привабливі рішення для святкових, корпоративних та інших подій. Дослідження виявляє чітке розмежування споживчої аудиторії на приватний (близько 65% ринку) та комерційний сектори, де ключовими драйверами зростання стали соціальні мережі, такі як Instagram і TikTok. Аналіз ринку свідчить про збільшення обсягів продажів, середньої вартості замовлення та частки корпоративних клієнтів протягом 2020-2024 років, що вказує на готовність споживачів інвестувати в унікальний декор. Особлива увага приділяється таким трендам, як використання біорозкладних матеріалів, що відповідає принципам сталого розвитку, LED-підсвітки, інтерактивних та мобільних інсталяцій. Застосування SWOT-аналізу дозволило ідентифікувати сильні сторони регіонального ринку послуг аеродизайну (індивідуальний підхід, гнучкість), слабкі (сезонність, залежність від імпорту), можливості (еко-тренди, нові технології) та загрози (конкуренція, економічна нестабільність). Підсумовано, що для подолання викликів учасникам регіонального ринку необхідно диверсифікувати послуги, активно використовувати всі доступні канали онлайн-просування, постійно вдосконалювати асортимент та максимально швидко адаптуватися до мінливих запитів споживачів, зокрема впроваджуючи екологічні рішення для забезпечення сталого розвитку галузі.

Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, споживацькі переваги, регіональний ринок, маркетинг послуг, сфера аеродизайну, сталий розвиток.

УДК 339.138:640.4:502.131.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.19-33>

Паламарчук О.С.¹

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та
управління бізнесом,
Рівненський державний гуманітарний
університет

Стрільчук Р.М.²

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та
управління бізнесом,
Рівненський державний гуманітарний
університет

Присяжнюк А.О.

здобувачка вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня,
Рівненський державний гуманітарний
університет

Palamarchuk Oksana

Rivne State University of Humanities
Strilchuk Ruslan

Rivne State University of Humanities

Prysiazhniuk Anastasiia

Rivne State University of Humanities

The article is devoted to a comprehensive study of consumer preferences in the regional services market, analyzing their formation and transformation in the context of ensuring sustainable development. The relevance of the topic is due to the need for a deep understanding of changing consumer needs and expectations in order to develop effective marketing strategies that not only maximize profits, but also contribute to the long-term environmental, social and economic sustainability of the region. Methodological approaches to conducting marketing research in the field of services, adapted to regional specifics and taking into account modern global trends, are considered. The current state and prospects for the development of the aerodesign market in Ukraine are analyzed, emphasizing its dynamic growth due to the increased demand for creative and visually attractive solutions for festive, corporate and other events. The study reveals a clear division of the consumer audience into the private (about 65% of the market) and commercial sectors, where social networks such as Instagram and TikTok have become key growth drivers. Market analysis shows an increase in sales volumes, average order value and share of corporate clients during 2020-2024, which indicates the willingness of consumers to invest in unique decor. Particular attention is paid to such trends as the use of biodegradable materials that meet the principles of sustainable development, LED lighting, interactive and mobile installations. The use of SWOT analysis allowed us to identify the strengths of the regional market for aerodesign services (individual approach, flexibility), weaknesses (seasonality, dependence on imports), opportunities (eco-trends, new technologies) and threats (competition, economic instability). It is concluded that in order to overcome the challenges, regional market participants need to diversify services, actively use all available online promotion channels, constantly improve the range and adapt as quickly as possible to changing consumer demands, in particular by implementing environmental solutions to ensure sustainable development of the industry.

Key words: marketing, marketing research, consumer preferences, regional market, services marketing, aerodesign, sustainable development.

Постановка проблеми. У сучасних умовах на шляху сталого розвитку, коли глобалізація та технологічні зміни трансформують економіку, маркетингові дослідження набувають особливої значущості та виступають невід'ємною частиною ефективного управління підприємством, особливо в сфері аеродизайну. Розуміння споживчих уподобань, їх динаміки та чинників, що на них

впливають, стають ключовим для формування конкурентних переваг і забезпечення довгострокового успіху. Регіональний ринок послуг має свої унікальні особливості, що зумовлені специфікою місцевого споживача, його культурними, соціальними та економічними характеристиками. Проведення системних маркетингових досліджень на регіональному рівні є важливим для розробки

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3056-1234>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9287-5351>

адекватних стратегій, які враховують локальні потреби та очікування. Це дозволяє не тільки підвищити лояльність клієнтів, а й оптимізувати бізнес-процеси, мінімізувати ризики та раціонально використовувати ресурси. Вітчизняний ринок аеродизайну демонструє позитивну динаміку, особливо до повномасштабного вторгнення росії. Це досить перспективний, немонополізований ринок. Його насиченість в окремих регіонах є досить низькою, що створює сприятливі умови для нових гравців. Здебільшого, серед основних послуг даної сфери є декорування приміщень та відкритих просторів; продаж гелієвих кульок; створення композицій, букетів та фігур; друк на кульках (фото, надписи, логотипи); інші спеціалізовані послуги. Сферою застосування аеродизайну часто стають особисті свята (дні народження, весілля, ювілеї, гендер паті, романтичні зустрічі), корпоративні заходи (відкриття магазинів, презентації, корпоративи), рекламні та промо- акції. Споживчі вподобання та тренди серед клієнтів є досить різноманітними: від приватних осіб, що організують сімейні свята, до масштабних компаній, що використовують аеродизайн для просування. Впровадження принципів сталого розвитку дозволяє компаніям у сфері послуг здобути конкурентні переваги та зміцнити свої позиції на ринку. Регіональний ринок послуг в умовах сталого розвитку є не лише економічним поняттям, а й стратегічним підходом, що забезпечує баланс між економічним зростанням, соціальною справедливістю та захистом довкілля для майбутніх поколінь [10].

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Підходи до маркетингових досліджень вподобань на ринку споживчих послуг враховують фундаментальні відмінності послуги як товару [5]. Питання маркетингових досліджень вивчаються такими українськими науковцями, як Безугла Л.С., Ільченко Т.В. та Юрченко Н.І. [2]. Зокрема, ряд вчених, а саме: А. Войчак, В. Герасимчук, Л. Іванова [4], Т. Лук'янець, Майборода О. [7], Т. Примак, Є. Ромат та інші виділяють базові відмінності послуги, що є важливими для дослідження споживчих вподобань саме на ринку послуг. Проведення маркетингових досліджень споживчих уподобань на регіональному ринку сфери аеродизайну в умовах сталого розвитку передбачає задоволення потреб сучасності без шкоди для майбутніх поколінь. Ця мета досягається через баланс між економічним зростанням, соціальною рівністю та екологічною відповідальністю. Однак, на практиці, реалізація принципів сталого розвитку значною мірою залежить від поведінки та вибору кожного окремого споживача [10]. Саме тому маркетингові дослідження, які вивчають споживчі рішення, є ключовим інструментом для сприяння сталому розвитку, особливо на регіональних ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сфера аеродизайну в Україні останніми роками демонструє стабільне зростання. Це, у більшій мірі, пов'язано з підвищенням попиту на нестандартні та яскраві рішення в оформленні святкових подій, маркетингових заходів, вітрин, фотозон тощо. Аеродизайн, як складова частина івент-індустрії, охоплює послуги з оформлення простору повітряними кульками, гірляндами, інсталяціями та іншими декоративними елементами. Вітчизняний ринок активно розвивається у таких великих містах, як Київ, Львів, Одеса, Харків та Дніпрі, де існує стійкий попит на креативні декорації. На цей процес також впливають такі фактори, як популярність соціальних мереж, особливо Instagram і TikTok, де візуальний контент відіграє ключову роль, що спонукає замовників створювати ефектні інсталяції для фото та відеозйомок [6].

Результати проведеного маркетингового дослідження регіонального ринку аеродизайну в Україні (рис. 1) свідчать про чітке розмежування споживчої аудиторії на два основні сектори: приватний та комерційний. Приватні особи традиційно становлять більшу частину замовників – близько 65% загального обсягу ринку, що вказує на високий попит на послуги аеродизайну в приватних сферах життя. Цей сегмент ринку охоплює значну кількість подій, пов'язаних з важливими життєвими етапами та святами, такими як весілля, дні народження, хрещення, гендерні вечірки, ювілеї, корпоративи, а також інші урочистості, що відзначаються у родинному колі або серед близьких друзів. Саме для цих подій замовники найчастіше звертаються до професіоналів аеродизайну, оскільки вони прагнуть створити унікальну атмосферу, яка підкреслює значущість моменту та додає святковому заходу візуальної яскравості. Такий попит активно стимулює розвиток інноваційних дизайнерських рішень, що дозволяють втілювати найрізноманітніші творчі ідеї для декорування приміщень та відкритих територій [1].

Найбільш популярними серед цієї аудиторії є гелієві кульки, які можна використовувати для створення величезних декоративних композицій або тематичних інсталяцій. Вони часто займають центральне місце в оформленні святкових заходів завдяки своїй універсальності та здатності додавати легкості й повітряності загальному вигляду. Водночас, все більше замовників звертаються до таких елементів, як арки, фотозони з індивідуальними надписами, логотипами або тематичними малюнками, які стають не тільки елементами декору, а й важливими атрибутами для створення ефектних фотографій та відео. Ці інсталяції дозволяють не лише зробити подію візуально привабливою, але й створити особливі моменти для гостей.

Все більше поширеними стають індивідуальні замовлення, де замовники шукають креативні

Розподіл споживчої аудиторії:



Приватний ≈ 65%

Замовлення на свята в родинному колі



Комерційний ≈ 35%

Бізнес-заходи, промоакції, B2B

Основні типи приватних подій:

- Весілля
- Дні народження
- Хрещення, гендерні вечірки
- Ювілеї, корпоративи, тематичні вечори

АНАЛІЗ РИНКУ АЕРОДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ

Поведінка споживача:

- Орієнтація на унікальність атмосфери
- Очікування емоційного ефекту та враження
- Бажання яскравих фотографій і спогадів

Найбільш популярні елементи аеродизайну:



Рис. 1. Аналіз ринку аеродизайну в Україні

Джерело: розробка авторів з використанням [1; 3; 6]

ідеї, що відповідатимуть певній кольоровій гамі або тематиці заходу. Це стимулює розвиток нових дизайнерських рішень, створення авторських підходів до декорування, що відрізняються своєю оригінальністю та індивідуальним підходом до кожного замовлення. У зв'язку з цим, ринок аеродизайну стає все більш диференційованим, що, в свою чергу, збільшує конкуренцію серед учасників і стимулює їх до пошуку нових ідей і рішень, які відповідають вимогам сучасних споживачів.

Варто зазначити, що такі послуги стають не просто доповненням святкових подій, а важливим елементом, що дозволяє формувати унікальні атмосферні моменти, здатні залишити яскраві спогади в учасників заходів.

Замовники часто орієнтуються на високий рівень персоналізації послуг, що включає в себе індивідуальний підхід до кожної деталі декору, що забезпечує неповторність кожного святкового заходу. Це також впливає на розвиток професіоналізму та майстерності фахівців у сфері аеродизайну, оскільки вимагає постійного удосконалення своїх навичок та розширення творчих можливостей, щоб відповідати вимогам навіть найбільш вимогливих клієнтів.

Таким чином, регіональний ринок аеродизайну для приватних осіб стає не тільки сферою для розвитку креативних ідей, а й важливою частиною бізнесу, що дає можливість для інновацій, адаптації

до нових тенденцій і, водночас, задоволення потреб сучасного споживача.

Відтак, компанії, що надають послуги аеродизайну, орієнтуються на створення елементів декору, здатних додати святковому заходу візуальної привабливості. Серед найпопулярніших елементів позиціонуються гелієві кульки, які часто використовуються для створення композицій або тематичних інсталяцій, а також арки, фотозони, індивідуальні написи та логотипи, що додають ефектності події та допомагають учасникам створити унікальні спогади через фотографії та відео [1].

Окрім того, замовники все частіше шукають нестандартні рішення, що відповідають кольоровій гамі чи тематиці заходу, котра підштовхує до розвитку нових дизайнерських рішень. Зважаючи на різноманіття запитів, компанії аеродизайну змушені постійно оновлювати свої пропозиції, розробляючи авторські підходи та інноваційні рішення для створення ефектних декорацій. Індивідуальний підхід до кожного клієнта дозволяє пропонувати високоякісні послуги, що відповідають найвищим стандартам та вимогам. Важливими трендами є інтеграція сучасних технологій, таких як LED-підсвітка та інтерактивні елементи, що дозволяють створювати ще більш вражаючі та незабутні декорації для святкових подій. Введення новітніх технологій дозволяє компаніям виділятися на ринку, підвищувати попит серед

клієнтів та пропонувати нові унікальні рішення. Такі технології створюють атмосферу, що приваблює увагу та надає заходу яскравості, а інтерактивні елементи, як правило, стають центральними точками святкових подій, що викликають захоплення у гостей. Застосування таких технологій не лише задовольняє актуальні потреби ринку, але й допомагає компаніям випереджати конкурентів, встановлюючи нові стандарти в індустрії аеродизайну. Таким чином, цей ринок продовжує активно розвиватися, реагуючи на запити клієнтів та створюючи нові тренди в сфері декорування урочистих подій [6].

Ще однією характерною рисою регіонального ринку аеродизайну визначено постійне оновлення асортименту пропозицій та появу нових трендів, які швидко підхоплюються як приватними, так і корпоративними клієнтами. Серед них виділяють, вже згадані вище, LED-декорації, світлові панелі, кульки нестандартної форми та розміру, декор із біорозкладних матеріалів, що відповідає запитам екологічно свідомих споживачів. Окрім того, популярності набувають інтерактивні елементи, наприклад, кульки з QR-кодами, фотозони з доповненою реальністю, а також мобільні конструкції, які легко транспортуються й адаптуються до різних умов локації.

Таким чином, ринок аеродизайну в Україні є надзвичайно динамічним, відкритим до інновацій та чутливо реагує на зміну попиту з боку різних категорій споживачів, що створює сприятливі умови для подальшого розвитку та розширення спектру послуг.

Однак, попри динамічний розвиток, ринок аеродизайну має й низку обмежень, які впливають на його стабільність та рентабельність для учасників. Однією з головних проблем залишається сезонність попиту: найбільше замовлень припадає на весняно-літній період, коли активізуються весілля, випускні вечори, фестивалі, відкриття літніх майданчиків та інші події. У холодну пору року інтерес до святкового оформлення суттєво знижується, що створює ризики простою для компаній

та ускладнює фінансове планування. Окрім того, важливим чинником залишається економічна ситуація в державі, зокрема, вплив інфляції, зростання цін на матеріали та послуги доставки. Це змушує клієнтів зменшувати бюджети на декор, обирати більш доступні варіанти або взагалі відмовлятися від додаткового оформлення [3].

На фоні цих викликів компанії повинні адаптуватися: у регіонах конкуренція ще не надто висока, але у великих містах вона значно зростає. Це стимулює бізнес шукати нові шляхи залучення та утримання клієнтів через впровадження систем лояльності, індивідуальних пропозицій чи акційних пакетів. Це можливо також завдяки активному розвитку онлайн-присутності, запуску реклами в соціальних мережах, співпраці з блогерами та розширенню асортименту нестандартних дизайнерських рішень [8].

Дані таблиці 1 свідчать, що ринок аеродизайну в Україні демонструє стійке зростання впродовж 2020–2024 років. Обсяг ринку збільшився з 95 млн грн у 2020 році до прогнозованих 170 млн грн у 2024 році, що свідчить про поступове нарощування попиту на послуги з оформлення святкових і комерційних заходів.

Середня вартість одного замовлення зростала з 850 грн до 1300 грн, що може бути пов'язано як з інфляційними процесами, так і з підвищенням якості, складності та ексклюзивності декору. Позитивна динаміка цінового сегменту вказує на готовність клієнтів інвестувати більше коштів у стильне, естетичне оформлення. Окрім цього, помітним є поступове зростання частки корпоративних клієнтів: з 28% у 2020 році до 38% у 2024 році, що свідчить про розширення сфери використання аеродизайну не лише у приватному, а й у бізнес-середовищі, зокрема для PR-заходів, відкриттів, презентацій [3].

У цілому, під час проведення маркетингових досліджень регіонального ринку аеродизайну, було виявлено ряд сильних та слабких сторін, а також можливостей та загроз функціонування даної сфери (табл. 2).

Таблиця 1

Динаміка ринку аеродизайну в Україні

Рік	Обсяг ринку, млн грн	Середня вартість замовлення, грн	Частка корпоративних клієнтів, %	Основні тренди
2020	95	850	28	Традиційне оформлення, кульки з гелієм
2021	120	1000	30	Арки, фотозони, брендovanі композиції
2022	135	1100	33	LED-декор, тренд на еко-матеріали
2023	155	1200	35	Інтерактивні зони, мобільні декорації
2024	170	1300	38	Персоналізація, стійкі матеріали

Джерело: власне напрацювання з використанням [1; 3; 6]

SWOT-аналіз регіонального ринку аеродизайну

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Локальна прив'язаність до споживачів, розуміння їхніх потреб	Висока сезонність попиту (свята, весілля, випускні вечори)
Гнучкість та індивідуальний підхід до клієнтів	Обмеження фінансових ресурсів у малих студіях
Креативність та можливість швидко проваджувати нові тренди	Залежність від імпортних матеріалів (ціни, постачання)
Активне використання соціальних мереж як каналу реклами	Вузька спеціалізація, складність диверсифікації доходів
Попит на емоційні та святкові послуги зростає	Нестача професійних кадрів і стандартизованої підготовки
Можливості (O)	Загрози (T)
Розвиток еко-трендів (біорозкладні кулі, екологічні матеріали)	Зростання конкуренції з боку івент-агентств
Використання нових технологій (LED-кулі, 3D-інсталяції)	Економічна нестабільність, зниження платоспроможності населення
Онлайн-просування, замовлення через соціальні мережі та маркетплейси.	Коливання валютних курсів і зростання вартості матеріалів
Партнерство з бізнесом (ТРЦ, кафе, бренди, школи)	Швидкоплинність трендів: необхідність постійного оновлення асортименту
Організація навчальних майстер-класів, розширення послуг	Можливе зменшення святкових заходів у кризові періоди

Джерело: власне напрацювання з використанням [1; 3; 6–7; 9]

За результатами SWOT-аналізу вітчизняного ринку аеродизайну бачимо, що використання сильних сторін зорієнтовано на локальність і персоналізацію, активніше застосування соціальних мереж для реклами й залучення клієнтів, використання креативності як головної конкурентної переваги через створення унікальних фотозон та інсталяцій. Подолання слабких сторін містить зменшення сезонності через пропозицію нових форматів декорацій, оптимізацію закупівель, інвестиції в навчання та підготовку кадрів. Реалізація можливостей на регіональному ринку аеродизайну акцентується на просуванні еко-ідей, використанні новітніх технологій, розширенні ринку через співпрацю з бізнесом та розвитку освітніх та івент-послуг. Нівелювання загроз можливе через диверсифікацію доходів, формування базової та преміальної лінійки послуг, щоб охопити різні сегменти клієнтів; постійне відстеження ринкових трендів і швидка адаптація до змін (мода на кольори, стилі, нові матеріали); побудову партнерств із постачальниками для зниження ризиків зростання цін.

Висновки. За підсумками проведеного маркетингового дослідження можна стверджувати, що національний регіональний ринок демонструє чітку еволюцію основних трендів у сфері аеродизайну: від простих, універсальних рішень до складних, персоналізованих дизайнерських композицій. У 2020 році найбільш поширеним форматом були класичні гелієві кульки, які використовувались для оздоблення домашніх свят або невеликих заходів у залах. Дизайн залишався лаконічним, орієнтованим на бюджетне оформлення з мінімумом

деталей. Проте з ростом популярності соціальних мереж і візуального контенту змінилися й очікування споживачів. Вже з 2021 року зростає попит на складні аркові конструкції, фотозони, брендovanі композиції, які не тільки прикрашають простір, а й створюють ефектну атмосферу для фотозйомок, блогінгу, просування події в мережі Інтернет. Особливо важливим стає візуальний стиль, а саме: кольорова гармонія, тематичне оформлення, відповідність до загальної концепції свята або заходу.

З 2022 року ключові тренди ринку починають орієнтуватися на екологічність і технологічність. Усе більше клієнтів обирають LED-декорації, що дозволяють створювати вражаючий світловий ефект з мінімальними витратами енергії, а також використовувати кульки та матеріали з біорозкладними або повторно перероблюваними компонентами. Це відповідає глобальним трендам сталого розвитку та підвищеній екологічній свідомості споживачів. У 2023–2024 роках на перший план виходить тренд на персоналізацію оформлення: замовники бажають бачити в декорі власні імена, логотипи, гасла, дати, що надає подіям унікальності. Окрім того, зростає попит на мобільність інсталяцій: можливість швидкого монтажу, демонтажу та перенесення композицій, що особливо актуально для заходів просто неба, торгових презентацій та івентів із кількома локаціями. Стійкі матеріали та креативні рішення перетворюють аеродизайн на не лише естетичний, але й функціональний інструмент сучасного маркетингу та організації подій.

З огляду на це, регіональний ринок аеродизайну має високий потенціал розвитку завдяки зростаючому попиту на святкові та емоційні послуги. Його успішність залежить від здатності підприємців швидко адаптуватися до змін, впроваджувати інновації, активно працювати з клієнтами в онлайн-просторі та створювати унікальні конкурентні пропозиції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аеродизайн – оформлення інтер'єру та екстер'єру повітряними кулями. URL: <https://balloonslab.com.ua/ua/blog/aerodizajn-oformlenie-interera-i-eksterera-vozdushnymi-sharami>
2. Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. Маркетингові дослідження : навч. посібн. Дніпро : Видавець Біла К.О. 2019. 300 с.
3. Бізнес на повітряних кульках. URL: <https://homebiznes.in.ua/biznes-na-povitryanykh-kulkakh-yak-zaroblyaty-daruyuchy-nastrij/>
4. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. 2018. 508 с.
5. Концепція маркетинг-мікс (4P, 5P, 7P). URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16267/2/Conf_2016_Syamro_M-Marketing_mix_conception_4P_45-46.pdf
6. Кульковий бізнес: чому варто займатися аеродизайном. URL: <https://hems-helium.com/blog/kulkovij-biznes-comu-varto-zajmatisa-aerodizajnom>
7. Майборода О. В. Використання маркетингового інструментарію в сфері послуг. *The XIV International Science Conference «Current issues of science and education»*. March 23–26, 2021, Rome, Italy. pp. 110–111 URL: <https://dSPACE.pdau.edu.ua/handle/123456789/10442>
8. Маказан Є.В. Сучасні маркетингові принципи управління підприємством. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. 2019. Вип. 31. Т. 2. С. 49–54.
9. Маркетингові дослідження: ДНК індустрії. *Маркетинг в Україні*. 2024. №4–5(133). С. 76. URL: <https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2024/11/2024-04-05.pdf>
10. Устік Т.В. Маркетинг регіонів як складова стратегії сталого розвитку: виклики, перспективи та інструментарій. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Т. 9. № 2. С. 28–32.

REFERENCES:

1. Aerodyzayn – oformlennya inter'yeru ta ekster'yeru povitryanymy kulamy [Aerodesign – interior and exterior decoration with air balloons]. Available at: <https://balloonslab.com.ua/ua/blog/aerodizajn-oformlenie-interera-i-eksterera-vozdushnymi-sharami>
2. Bezuhla L.S., Ilchenko T.V., Yurchenko N.I. (2019). *Marketynhovi doslidzhennya: navch. posibn.* [Marketing research: study guide]. Dnipro: Vydavets Bila K.O., 300 p. (in Ukrainian)
3. Biznes na povitryanykh kulkakh [Balloon business]. Available at: <https://homebiznes.in.ua/biznes-na-povitryanykh-kulkakh-yak-zaroblyaty-daruyuchy-nastrij/>
4. Ivanova L.O. (2018). *Marketynh posluh: navchalnyy posibnyk* [Marketing of services: study guide]. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu, 508 p. (in Ukrainian)
5. Kontsepsiya marketynh-miks (4P, 5P, 7P) [Marketing-mix concept (4P, 5P, 7P)]. Available at: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16267/2/Conf_2016_Syamro_M-Marketing_mix_conception_4P_45-46.pdf
6. Kulkovyy biznes: chomu varto zaymatysya aerodyzaynom [Balloon business: why you should do aerodesign]. Available at: <https://hems-helium.com/blog/kulkovij-biznes-comu-varto-zajmatisa-aerodizajnom>
7. Mayboroda O.V. (2021). *Vykorystannya marketynhovoho instrumentariyu v sferi posluh* [Using marketing tools in the service sector]. *The XIV International Science Conference "Current issues of science and education"*. March 23–26, 2021, Rome, Italy. PP. 110–111. Available at: <https://dSPACE.pdau.edu.ua/handle/123456789/10442>
8. Makazan Ye.V. (2019). *Suchasni marketynhovi pryntsyipy upravlinnya pidpryyemstvom* [Modern marketing principles of enterprise management]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu*, vol. 31, no. 2, pp. 49–54. (in Ukrainian)
9. *Marketynhovi doslidzhennya: DNK industriyi* [Marketing research: industry DNA]. *Marketynh v Ukraini*, 2024, no. 4–5(133), 76 p. Available at: <https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2024/11/2024-04-05.pdf>
10. Ustik T.V. (2024). *Marketynh rehioniv yak skladova stratehiyi staloho rozvytku: vyklyky, perspektyvy ta instrumentariy* [Marketing of regions as a component of sustainable development strategy: challenges, prospects and tools]. *Ukrayinskyy zhurnal prykladnoyi ekonomiky ta tekhniky*, vol. 9, no. 2, pp. 28–32. (in Ukrainian)