
КОВАЛЬЧУК С.В. ЗАСТОСУВАННЯ СЦЕНАРНОГО ПІДХОДУ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ДІЯЛЬНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	7
АНДРУШКЕВИЧ З.М., ОЛІЙНИК А.О. СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ.....	17
БАКАЙ В.Й. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО СТІЙКОГО РОЗВИТКУ	21
БАКСАЛОВА О.М., РЯБОВА А.О. МОТИВАЦІЯ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСУ РОБОЧОЇ СИЛИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	25
БІЛЧЕНКО С.В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ ПЕРСПЕКТИВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ	30
БИЧКОВА Л.А., КАРАПІЩЕНКО Л. ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	33
БОЙЧУК І.В. ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ІНТЕРНЕТІ	38
БОЙКО Р.В. ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ	42
БУРЛІЦЬКА О. П. АРОМАМАРКЕТИНГ ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ	48
ВОВЧАНСЬКА О.М., ІВАНОВА Л.О. МАРКЕТИНГОВЕ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ І ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	52
ГВОЗДЕЦЬКА І.В., ДИСИК О.О., СІТАРЧУК О.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ	60
ГОЛОВАЩЕНКО А.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ ЗАРОДЖЕННЯ БРЕНДІНГУ В УКРАЇНІ	65
ГОЛОВЧУК Ю.О. МАРКЕТИНГОВА ДОМІНАНТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	69
ГРОМОВА А.Є. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	74
ДЖЕРЕЛЮК Ю. О. СИСТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА».....	78

ДИБЧУК Л.В. ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ДИСТРИБУЦІЇ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ	85
ДОБРОВОЛЬСЬКА К., КАЛИНА В., КОВАЛЬЧУК С., КРАВЧИК Ю. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	90
ДУМАНСЬКА К.С. ПОШУК ЕФЕКТИВНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ В МЕЖАХ ОБРАНОГО НАПРЯМКУ ЇЇ РОЗВИТКУ	99
ЗАБУРМЕХА Є.М., ВАЛЬКОВ О.Б. ФОРМУВАННЯ МІЖФІРМОВИХ МЕРЕЖ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	104
КАРМАЛІТА А.К., КАРПЕНКО В.Л. ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ СКЛАДОВИХ У ПРОВЕДЕННІ РИНКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	109
КОВІНЬКО О.М. РОЗРОБКА СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНИХ КОНГЛОМЕРАТНИХ ДИВЕРСИФІКОВАНИХ АГРОПРОМИСЛОВИХ СТРУКТУР	114
КРИКАВСЬКИЙ Є. В., ШАНДРІВСЬКА О. Є., ПАТОРА-ВИСОЦЬКА З. СТРАТЕГІЧНА ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ РІЧКОВИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ	121
ЛОПАТОВСЬКИЙ В.Г., ВАКУЛОВА В.О. ОСОБЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ	129
ЛОПАТОВСЬКИЙ В.Г., ГРИЦАЮК М.В. ОСОБЛИВОСТІ ПОДАННЯ ЗВІТНОСТІ В ЕЛЕКТРОННІЙ ФОРМІ	133
МИКОЛАЙЧУК Н.С., МИКОЛАЙЧУК М.М. ОБҐРУНТУВАННЯ ПОТЕНЦІЙНОЇ ЄМНОСТІ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ	137
НАМ'ЯСЕНКО В.М. ШАБЛОНІ ЗВИЧОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМЕНШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ОБМЕЖЕНИХ РЕСУРСІВ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	142
ОВОД Л.В. СУЧАСНА ПАРАДИГМА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	146
ОГНЕВА А.М., ВАЛЬКОВА Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІКЛАСТЕРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР.....	151
ПІТИК О.В., ТАБЕНСЬКА О.І. УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, ОРІЄНТОВАНИМИ НА ЕКОЛОГІЧНИЙ НАПРЯМОК	155

ПРУС В.О. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ	159
ПРИЛЕПА Н. В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ ТА ЄВРОПИ.....	163
РЕШЕТІЛОВА Т.Б., КУВАСЬВА Т.В. ВИБІР ІННОВАЦІЙНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ПАРТНЕРСТВА	167
РЗАЄВ Г.І., НЯЙКО С.М. РЕСУРСНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕДУР ЇЇ ПІДТРИМКИ В ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ	172
РЗАЄВА Т. Г., РОЖКО К. О. АНАЛІТИЧНЕ СПРЯМУВАННЯ ТА ЕТАПИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ В ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ	176
САВЧЕНКО О.В., МАРЦІНКО Д.В. СУТНІСТЬ ТА ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ТА КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЯМИ В МЕЖАХ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	181
СИТНИК Л.С., ТАРАНИЧ О.В. ЗАПРОВАДЖЕННЯ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ: ПРАКТИКА МІСТА ВІННИЦЯ	186
СОКИРНИК І.В., ПЕТЛЮК О.В. СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	191
СУРМАЙ Д. Д. ВПЛИВ УДОСКОНАЛЕНОГО МАРЖИНАЛЬНОГО ПІДХОДУ НА УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	197
СУХОРАБ В. В., ФОРМАНЮК О. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	203
ТЕЛЕГІН В.С., КОСТІН Д.Ю. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КОМПАНІЇ	207
ТЕЛЬНОВ А.С., РЕШМІДЛОВА С.Л. СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	212
ТОМАЛЯ Т.С., ПАСТУШОК В.М. РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ У ФОРМУВАННІ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	217
ШАРКО В.В., ЛОЯНИЧ Г.С., ГАВЕНКО М.С. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ	222
ЮРЧЕНКО Ю.О. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	227

MONIKA JAWORSK, DAMIAN KOCOT
ZNACZENIE INTERNETU JAKO NARZĘDZIA KSZTAŁTOWANIA WIZERUNKU W WARUNKACH
GLOBALIZACJI 231

ЯКОВЛЄВ А.І.
ЕФЕКТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 238