

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 18. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ Гаврилюк А.В.	6
КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА Конюшенко Т.Ю.	10
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ Жук А.О.	12
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ Волошенко С.В.	16
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ Кирилко Н.М., Бабич Ю.А.	18
ЛОГІСТИЧНИЙ АУТСОРСИНГ – ШЛЯХ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА Змельська Д.	24
МЕТОДИ АНАЛІЗУ ВИХІДНИХ ДАНИХ У КОНТЕКСТІ ПОБУДОВИ АДЕКВАТНИХ МОДЕЛЕЙ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ Стойка О.В., Петрова Р.В.	27
ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Кода К.А.	29
ОБГРУНТУВАННЯ СТАВКИ ДИСКОНТУВАННЯ ПРИ ОЦІНЦІ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ ДЛЯ ІНВЕСТИВАННЯ Сівіцька Ю.О.	31
ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З ГОТІВКОВИМИ КОШТАМИ Кузьменко А.В.	33

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА АУДИТУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Удовенко Д.О.	37
ОСНОВИ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ Агапова А.І.	41
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ Гальченко Л.М.	42
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ Гайсенюк В.В.	44
ОСОБЛИВОСТІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ Несен М.А.	46
ОЦІНКА РІВНЯ ЗОЛОВОВАЛЮТНИХ РЕЗЕРВІВ УКРАЇНИ Токман Д.А.	48
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ Гаврилюк А.В.	50
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ Кузьменко А.В.	56
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ Ткаченко Ю.П.	58
П'ЯТЬ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ ТРАНСПОРТУ 21 СТОЛІТТЯ Гроза А.М.	60
РЕОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ФОРМА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ Соловей Я.Я.	63
РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА АВТО-ДИЛЕРА Ряба А.І.	65
РОЛЬ КОНТЕНТ МАРКЕТИНГУ У ПОЗИЦІОНУВАННІ КОМПАНІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ Миرونюк К.В.	72

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬТЕРНАТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ Соколюк С.Ю.	74
СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ЇХ ТИПУ Ряшнянська А.М.	76
СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА Ткачук А.В.	81
СУТЬ ФОРФЕЙТИНГУ, ЙОГО ПЕРЕВАГИ Й НЕДОЛІКИ Селецька Т.О.	85
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ Даниленко М.Є.	88
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ Малюта К.Г.	90
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ Лихолат С.М., Бандрівський Р.Р.	95
УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ Медвідь Т.В.	96
УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ: ДОСВІД ПОЛЬШІ Ковальчук А.М.	98
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА Вовк В.В.	100
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ У СФЕРІ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ Овчаренко М.В.	107
ФОРФЕЙТИНГ ТА ЙОГО РОЗВИТОК В УКРАЇНІ Данилів І.Л.	110
ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ МОДЕЛЕЙ СТВОРЕННЯ ЗНАТЬ Бусарєва Т.Г.	112