

ISSN (Online): 2413-3965



# ГЛОБАЛЬНІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ

Електронне наукове видання



ВИПУСК

11/2016

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО

**ГЛОБАЛЬНІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ  
ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ**

**Електронне наукове видання**

Випуск 11

**Миколаїв**

**2016**

УДК 069.62:069(477-25)

**Белікова М.В.***кандидат історичних наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародного туризму  
Запорізького національного технічного університету***Безхлібна А.П.***кандидат економічних наук,  
доцент кафедри міжнародного туризму  
Запорізького національного технічного університету***АНАЛІЗ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ НАЦІОНАЛЬНОГО  
КИЄВО-ПЕЧЕРСЬКОГО ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ЗАПОВІДНИКА****ANALYSIS OF MARKETING AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL  
KYIV-PECHERSK HISTORICAL CULTURAL PRESERVE****АНОТАЦІЯ**

Проаналізовано сучасний стан менеджменту Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника за 2011–2015 рр. Визначено різноманітні шляхи оптимізації управління та організації музейної роботи. Запропоновано використання сучасних інструментів маркетингу, зокрема, технологій нейромаркетингу, інтернет-маркетингу та ребрендингу.

**Ключові слова:** музеї, Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник, музейний менеджмент, маркетинг.

**АННОТАЦИЯ**

Проанализировано современное состояние менеджмента Национального Киево-Печерского историко-культурного заповедника за 2011–2015 гг. Определены различные пути оптимизации управления и организации музейной работы. Предложено использование современных инструментов маркетинга, в частности, технологий нейромаркетинга, интернет-маркетинга и ребрендинга.

**Ключевые слова:** музеи, Национальный Киево-Печерский историко-культурный заповедник, музейный менеджмент, маркетинг.

**ANNOTATION**

Analyzes the current state of management of the National Kyiv-Pechersk historical and cultural reserve for 2011–2015 Identified the various ways of optimizing the management and organization of Museum work. The proposed use of modern marketing tools, in particular, technologies, neuromarketing, online marketing and rebranding.

**Keywords:** museums, national Kyiv-Pechersk historical and cultural reserve, Museum management, marketing.

**Постановка проблеми.** Наслідком відсутності дієвої системи менеджменту та маркетингу, що розроблені під конкретні організації, з урахуванням їх слабких та сильних сторін діяльності є зниження показників ефективності діяльності. Послуги, які надаються музейним сервісом Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника, визначається певною різноманітністю порівняно з іншими музеями України (організація виставок, проведення наукових конференцій, публікація видань, проведення історико-культурних уроків для дітей). Серед керівників музеїв України відсутнє бачення закладів як складника комунікації не лише між постійними та потенційними відвідувачами, а й між науковцями та музейниками. Музеї України потребують роз-

витку та трансформації основних та додаткових музейних послуг відповідно до вподобань музейної аудиторії на ринку дозвілля.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**  
Сучасний стан музейного менеджменту дуже цікавить науковців, які звертають увагу, насамперед, на рівень відвідування музеїв, особливості управління якістю та специфіки музейних послуг та сервісу. Але, на жаль, їх роботи оперується застарілою інформацією, оскільки дані про відвідування музеїв, наприклад, за попередній рік викладаються на сайті Державної служби статистики України в червні наступного року [1]. Незважаючи на ґрунтовні теоретичні дослідження музейного менеджменту Т. Юрєвої [2], М. Рутинського [3], П. Горішевського та інших дослідників [4; 5], зазначимо, що сучасні емпіричні дослідження музейного менеджменту досить актуальні.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** На сьогодні музейні заклади звертають особливу увагу на враження від відвідування та потреби музейної аудиторії за допомогою вивчення «Книги відгуків», проводячи соціологічні дослідження, моніторинг у соціальних мережах. Державні музеї «виживають» у складних економічних та політичних умовах, а відвідувачі з кожним роком стають більш вибагливими: їх цікавить якісні послуги, які надають дозвільні заклади. Тому музеї змушені проводити зміни в управлінні – не винятком є Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. Тому аналіз музейного маркетингу та менеджменту заповідника за 2011–2015 рр. на сьогодні є актуальним.

**Метою статті** є аналіз музейного менеджменту Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника за період 2011–2015 рр.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У 2016 р. Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник святкує 90-річчя з дня його створення. Заповідник є найбільшим музейним комплексом України і входить до

списку пам'яток всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО. Фондова колекція Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника нараховує понад 70 тис. одиниць зберігання, 10% яких – зі вмістом дорожочіних металів та коштовних каменів [6, с. 63].

Одним з ефективних інструментів музейного менеджменту є стратегічне планування, що дає змогу визначити місію і поставити завдання, проаналізувати стан наявних ресурсів, динаміку розвитку, здійснити SWOT-аналіз наявної системи менеджменту організації та встановити чіткі перспективи розвитку.

Місію Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника можна сформулювати так: «Мистецтво побачити вічне крізь час: від Київської Русі і донині». У ході дослідження ми визначили стратегічні завдання розвитку заповіднику на сьогодні (див. рис. 1).

Підземні лабіринти Печерської лаври – місце поклоніння прочан та туристів, оскільки це найзнаменитіший печерний монастир у Східній Європі. Відвідуваність заповідника, згідно з даними Науково-організаційного відділу екскурсійної роботи Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника, наведено в табл. 1.

Таблиця 1  
Динаміка відвідуваності  
Національного Києво-Печерського  
історико-культурного заповідника

| Рік  | Кількість відвідувачів, осіб |
|------|------------------------------|
| 2011 | 684 300                      |
| 2012 | 862 600                      |
| 2013 | 965 820                      |
| 2014 | 996 340                      |
| 2015 | 1 030 210                    |

Таким чином, аналізуючи табл. 1, констатуємо, відвідуваність заповіднику зростає з кожним роком, але темпи зростання суттєво зменшилися з 2013 р. Так, річна кількість відвідувань Печерської лаври у 2012 р. становила 26%, у 2013 р. – 11,9%, у 2014 р. – 3,2%, у 2015 р. – лише 3,3%. Така тенденція пов'язана з військовими діями на території України, внаслідок чого зменшився туристичний потік, зокрема, іноземних туристів. Водночас відзна-

чимо позитивну динаміку 2011–2014 рр. – відвідуваність заповіднику збільшилися на 6,3%.

Заповідник вже 20 років має статус національного, тому відрізняється кращими умовами державного фінансування від тих, хто не має відповідного «звання». Для того, щоб оцінити сьогоденний стан справ у заповіднику, ми використали SWOT-аналіз (див. табл. 2).

Труднощі, які постали нині перед заповідником, зумовлюють необхідність пошуку шляхів оптимізації системи управління та організації музейної роботи, освоєння додаткових джерел фінансування.

Музейний маркетинг у комплексі дає змогу проаналізувати сучасний стан реалізації послуг, визначити ефективність застосованих інструментів маркетингу, запропонувати більш ефективні методики стимулювання збуту, провести брендинг, сформувати імідж сильного конкурента на ринку музейних послуг.

На сучасному етапі розвитку маркетингу серед найбільш екзотичних та дієвих інструментів впливу на споживача послуг є використання технологій нейромаркетингу та інтернет-маркетингу. Для формування нового, більш повного та дієвого бачення маркетингу музею необхідно застосувати ці технології.

Поняття «нейромаркетинг» з'явилося у науці наприкінці 1990 рр., коли гарвардський професор Дж. Залтмен завдяки нейродослідженням створив механізм впливу на мозок людини реклами через нейровізуалізацію. Таке відкриття привело до появи цілої низки досліджень, які ґрунтувались на можливості управління смаками споживача через його сенсорні відчуття (колір та їх поєднання у логотипі, музика та звуки, запахи, символи тощо).

Для оптимізації реклами та популяризації діяльності було створено офіційний сайт Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника [8], в якому знаходиться інформація про історію лаври, печери, пам'ятки, колекції, історію створення заповідника, музейні послуги та можливість їх замовлення, віртуальний тур заповідником, сторінки в «ВКонтакте» та «Фейсбук» висвітлюють останні музейні події. У 2013 р. на пам'ятках архітектури Національного Києво-Печерського заповідника були встановлені QR-коди, сфотографувавши які на мобільний телефон можна отримати доступ до



Рис. 1. Стратегічні завдання Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника в найближчий час

Таблиця 2

## SWOT-аналіз Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника

| Сильні сторони  | Слабкі сторони  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– найбільший музейний комплекс України;</li> <li>– одна з найбільших фондів колекцій в Україні;</li> <li>– розташований у столиці країни, де найбільший потік туристів;</li> <li>– вхід на територію заповідника платний;</li> <li>– наявність унікальних пам'яток (підземні комплекси, храми, пам'ятки);</li> <li>– проведення виставкових заходів та наукових конференцій всеукраїнського та міжнародного рівнів;</li> <li>– видавництво наукових збірників;</li> <li>– наявність 5 музеїв, 3 постійних виставок на його території;</li> <li>– серед співробітників – доктори та кандидати наук;</li> <li>– активна науково-просвітницька діяльність – безкоштовні лекції, лекції-екскурсії, уроки-екскурсії, тематичні екскурсії, квест-екскурсії, ігри-турніри;</li> <li>– співробітництво з музейними та освітніми установами України та світу;</li> <li>– практика підвищення кваліфікації співробітників та обміну досвідом;</li> <li>– участь у міжнародних культурних та мистецьких заходах;</li> <li>– статус Києво-Печерської лаври у списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО;</li> <li>– наявність на території заповідника кафе та крамниці;</li> <li>– наявність власного сайту з віртуальним туром;</li> <li>– встановлений QR-код;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– нестача фінансових коштів;</li> <li>– недостатнє фінансування охорони музею, реалізації проєктів, реклами, PR;</li> <li>– недоотримання доходів через незаконну суборенду приміщень сторонніми юридичними і фізичними особами;</li> <li>– висока рівень зношеності основних фондів заповідника</li> </ul>  |
| Сприятливі можливості   | Потенційні загрози  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– випуск рекламно-інформаційної презентаційної продукції;</li> <li>– рекламно-інформаційні заходи щодо популяризації наявних музеїв та виставок на території Лаври: розповсюдження листівок, активна співпраця із ЗМІ, просування в соціальних мережах, білборди з інформацією про музеї;</li> <li>– розробка туристичних маршрутів історичного, мистецького, сакрального спрямувань;</li> <li>– розробка тематичного циклу віртуальних екскурсій;</li> <li>– проведення театралізованих історичних вистав;</li> <li>– залучення спонсорських коштів;</li> <li>– створення системи електронного бронювання квитків тощо</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– незаконні забудови на території заповідника;</li> <li>– незаконне знищення пам'яток архітектури;</li> <li>– правова колізія через передані у власність духовенства пам'ятки;</li> <li>– витиснення музеїв з території Києво-Печерської лаври;</li> <li>– конфлікт у поглядах щодо розвитку Лаври між керівництвом заповідника та Українською православною церквою;</li> <li>– хаотичні перебудови адмінбудівель Нижньої лаври, об'єкти якої орендує духовництво УПЦ МП;</li> <li>– руйнація печер;</li> <li>– несприятлива економічна ситуація в Україні, яка серйозно перешкоджає розвитку заповідника</li> </ul> |

інформації про об'єкти заповідника. Для скачування необхідно встановити спеціальний програмний додаток на телефон QR Reader, QR Code Scanner, QuickMark [6, с. 64].

Напрямами для розвитку інтернет-маркетингу Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника є просування сайту в мережі Інтернет, наявність зрозумілого доменна, що збігається з назвою організації, впровадження можливості замовлення квитків на сайті.

Успішним використанням соціальних медіа в Інтернет-маркетингу є карти-схеми, створеної Королівським музеєм Онтаріо (Royal Ontario museum, ROM), Канада [7]. На карті, крім музейної навігації, вказані іменні твіттер-акаунти співробітників музею. Поєднання класичного навігаційного плану з соціальними медіа – рідкісний і нестандартний хід (див. рис. 2).

Використання подібного досвіду дасть змогу будувати комунікації не за принципом «відвідувач – відвідувач», а за принципом «відвідувач – співробітник». Але, впровадження такої техно-

логії несе певні труднощі, оскільки керівництву необхідно постійно проводити агітаційні кампанії, тренінги, залучати спеціалістів до розробки подібної мультимедійної карти, не всі співробітники мають аккаунти в «Твіттері» та відповідні пристрої для постійного спілкування.

Необхідно пам'ятати, що сучасні засоби комунікації дають можливість вибудовувати відносини не тільки з відвідувачами, а й усередині самого музейного співтовариства за допомогою відеотрансляції, чату і групи за інтересами, розсилання новин тощо.

На сайті Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника презентовано не власний логотип, а логотипи ЮНЕСКО та Центру світової культурної спадщини (див. рис. 3) [8].

Ці логотипи використовуються організацією лише на головній сторінці сайту зліва зверху, є невеликими символами на сторінці. Під час відвідування заповідника ми не виявили використання власного логотипу на території та на

брендових предметах. На нашу думку, ці логотипи не відповідають, по-перше, сучасним концепціям розвитку Інтернет-маркетингу, а по-друге, не збігаються із загальним дизайном та кольоровою гамою головного сайту.

Відсутність зображення власного логотипу потребує розробки та брендингу з позицій більш презентабельної ідентифікації заповіднику та використання логотипу в рекламі на телебаченні та в Інтернеті (особливу увагу заслуговує соціальна реклама), на сувенірах, під час проведення масових заходів як на території заповідника, так і в м. Києві та Україні в цілому, в просуванні послуг заповідника в соціальних мережах тощо.

У майбутньому використання заповідником розробленого логотипу, певної музики, запахів, символів та кольорів дасть змогу сформувати певний образ в уяві відвідувачів. Брендинг необхідно проводити з урахуванням в логотипі символічних кольорових образів основної діяльності заповідника, використовуючи концепції загальної стилізації. Логотип повинен легко запам'ятовуватись та вирізнятися з-поміж інших брендів.

**Висновки.** Перспективним для заповідника є пошук шляхів оптимізації управління та організації музейної роботи, освоєння додаткових джерел фінансування. Для оптимізації діяльності Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника необхідно:

- залучити спонсорів;
- створити рекламно-інформаційну презентаційну продукцію;
- організувати рекламно-інформаційні заходи щодо популяризації музеїв та виставок, які працюють на території заповідника (розповсюдження листівок, активна співпраця з телевізійними, друкованими ЗМІ та радіо, просування в соціальних мережах, білборди з інформацією про роботу музею тощо);
- розробити мережу історико-культурних туристичних маршрутів різного спрямування – історичного, мистецького, сакрального тощо;
- створити тематичний цикл віртуальних екскурсій; упровадити систему електронного бронювання квитків, екскурсій тощо.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
2. Юрєнева Т. Музееведение / Т. Юрєнева. – М. : Академический проект, 2003. – 605 с.
3. Рутинський М. Музеезнавство : [навч. посібник] / М. Рутинський, О. Стецюк. – К., 2008. – 428 с.

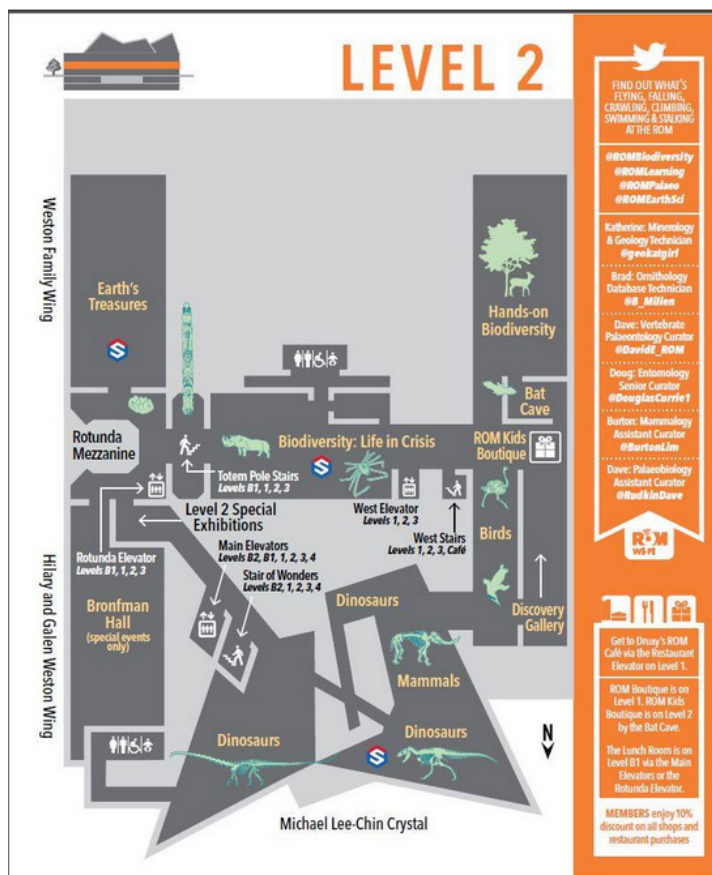


Рис. 2. Скрін карти Королівського музею Онтаріо



НАЦІОНАЛЬНИЙ КИЄВО-ПЕЧЕРСЬКИЙ  
ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК



Рис. 3. Логотипи, зображені на сайті Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника

4. Основи музеезнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв : [посібник] / [П. Горішевський, М. Дейнега, М. Ковалів та ін.] ; за ред. В. Великочого, Н. Гасюк. – Івано-Франківськ : Плай, 2005. – 64 с.
5. Белікова М. Музейний менеджмент в Україні та світі: проблеми та перспективи / М. Белікова, С. Гресь-Євреїнова // Економіка. Управління. Інновації : електронне науково-фахове видання ; Житомир. держ. ун-т ім. І. Франка. – Житомир, 2013. – №2 (10). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=I&S21COLORTERMS=0&S21STR=EJ000036/2013/2](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=I&S21COLORTERMS=0&S21STR=EJ000036/2013/2).
6. Белікова М. Основи музеезнавства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / М. Белікова, В. Зайцева ; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : ЛІПС, 2015. – 180 с.
7. Royal Ontario museum [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rom.on.ca/en>.
8. Офіційний сайт Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kplavra.kiev.ua>.

## ЗМІСТ

## СЕКЦІЯ 1

## ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

|  |    |
|--|----|
| <b>Боднарчук Т.Л.</b><br>МОДЕЛЬ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....  | 3  |
| <b>Голубка М.М.</b><br>ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНИХ НАДБАНЬ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ<br>ТОВАРИСТВА «РІДНА ШКОЛА» В РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ<br>ТА КООПЕРАТИВНОЇ ОСВІТИ НА ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ (ДРУГА ПОЛОВИНА ХІХ –<br>ПОЧАТОК ХХ СТ.): СТАТИСТИЧНА ТА НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКА ДІЯЛЬНОСТІ..... | 8  |
| <b>Духновська Л.М., Саухіна О.В.</b><br>ПРОЦЕС ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНОК.....   | 14 |
| <b>Мартин О.М., Завада О.П.</b><br>ПОЖЕЖНА ТА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В УКРАЇНІ, ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК:<br>РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ .....   | 17 |
| <b>Наконечний В.М., Юкіш В.В.</b><br>ТИПОЛОГІЯ СТИЛІВ КЕРІВНИЦТВА Й ЛІДЕРСТВА: ІСТОРІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ.....   | 23 |
| <b>Тихонова Н.О.</b><br>БАЛАНС ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ.....   | 28 |

## СЕКЦІЯ 2

## СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

|   |    |
|---|----|
| <b>Аврамчук Л.А., Ващук І.П.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З МВФ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....   | 32 |
| <b>Арістова О.М., Мейдер Н.О.</b><br>ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРТИЗИ ПІД ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ<br>ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....                              | 37 |
| <b>Білецька І.М.</b><br>МОНІТОРИНГ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....   | 41 |
| <b>Король М.М., Ісевич Є.В.</b><br>АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ТУРИЗМУ.....   | 47 |
| <b>Ніколаєв Ю.О.</b><br>СВІТОВИЙ РИНОК НЕОБРОБЛЕНИХ АЛМАЗІВ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ НА НЬОМУ.....  | 52 |
| <b>Побоченко Л.М., Сабатін О.С.</b><br>ОЦІНКА ВПЛИВУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН З ЄС НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ.....  | 57 |
| <b>Прус Л.Р.</b><br>МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВЗАЄМНОГО ВИЗНАННЯ<br>УПОВНОВАЖЕНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАТОРІВ.....   | 62 |
| <b>Сазонова Т.О., Федірець О.В.</b><br>ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ У СВІТОВИЙ РИНОК ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ОРІЄНТИР<br>ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ..... | 68 |
| <b>Сишук А.А.</b><br>ВПЛИВ ПРОГРАМ МВФ НА РЕГУЛЯТОРНІ МОЖЛИВОСТІ<br>НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ У ТРАНСФОРМАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ .....                       | 72 |
| <b>Стрельбіцька Н.Є.</b><br>ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ НА СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК НДДКР.....  | 76 |
| <b>Турчина С.Г.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРОБІЗНЕСУ<br>В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....             | 81 |
| <b>Шапоренко О.І.</b><br>ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОДНА<br>ІЗ КЛЮЧОВИХ СКЛАДОВИХ ЇХ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....                   | 85 |
| <b>Яковенко О.В.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ<br>ПІДПРИЄМСТВ МИТНИМИ ОРГАНАМИ ФРН.....                                   | 90 |
| <b>Януш М.В., Солонуха А.В.</b><br>ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОБОТИ УКРАЇНСЬКИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ<br>НА АЗІАТСЬКОМУ РИНКУ.....                                      | 93 |

## СЕКЦІЯ 3

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

|  |     |
|--|-----|
| <b>Аврамчук Л.А., Кузьменко Н.В.</b><br>НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ВІДШКОДУВАННЯ<br>ВІДСОТКОВОЇ СТАВКИ ЗА КРЕДИТАМИ АГРАРНИМ ТОВАРОВИРОБНИКАМ.....                     | 96  |
| <b>Бидик А.Г.</b><br>НОВІТНЯ ДЛЯ УКРАЇНИ ПРАКТИКА ТЕХНІЧНОГО, САНІТАРНОГО<br>ТА ФІТОСАНІТАРНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ЗРОСТАННЯ<br>НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ АПК..... | 100 |
| <b>Блага В.В., Доломан К.А., Гордієнко Є.А.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....  | 105 |
| <b>Гаража О.П.</b><br>ЗЕМЕЛЬНА ЕКОНОМІКА В УПРАВЛІННІ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ УКРАЇНИ.....  | 108 |
| <b>Герасимова О.Л., Судакова О.І.</b><br>ПРОЕКТУВАННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ІННОВАЦІЙНЕ ВІДТВОРЕННЯ<br>ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....                                     | 113 |
| <b>Голомб В.В., Голомб В.В.</b><br>ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ<br>ІМПОРТОВАНИХ ТОВАРІВ.....   | 116 |
| <b>Кавун О.О.</b><br>РИНКИ З ПРОДАЖУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ:<br>РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....  | 121 |
| <b>Кичко І.І., Гарус Ю.О.</b><br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....   | 128 |
| <b>Костогриз І.В., Кахович Ю.О.</b><br>ПРОБЛЕМИ ВІДПОВІДНОСТІ ЯКОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ<br>МІЖНАРОДНИМ СТАНДАРТАМ.....  | 133 |
| <b>Крушельницький М.В.</b><br>ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ<br>АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ.....  | 138 |
| <b>Кузнецов О.В.</b><br>ВИКОРИСТАННЯ НОРМАТИВНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ДЕРЖАВНОГО ЗАМОВЛЕННЯ<br>В МЕТОДИЧНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВІДБОРУ КОНТРАГЕНТА.....                | 143 |
| <b>Кузьмин В.М.</b><br>ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ СКЛАДНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ<br>ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ.....  | 149 |
| <b>Лумар V.V.</b><br>BIOECONOMY CONCEPT: SCIENTIFIC APPROACHES TO UNDERSTANDING.....   | 154 |
| <b>Мартусенко І.В.</b><br>НАПРЯМИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ.....  | 160 |
| <b>Недбалюк О.П.</b><br>ІНСТИТУЦІЙНІ ОСНОВИ МЕХАНІЗМУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ<br>В ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ: ДОСВІД США ДЛЯ УКРАЇНИ.....  | 166 |
| <b>Новак І.М.</b><br>МІЖНАРОДНІ ФІНАНСОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ<br>У ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....  | 171 |
| <b>Парій Л.В.</b><br>СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ СИРУ НА УКРАЇНСЬКИЙ СПОЖИВЧИЙ РИНОК.....   | 176 |
| <b>Парфенчук І.О.</b><br>БРЕНД-ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ<br>СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....   | 182 |
| <b>Пилипенко В.В.</b><br>КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ<br>В РЕФОРМУВАННІ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ.....  | 186 |
| <b>Плугова Д.В.</b><br>ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ<br>ЗА СПЛАТОЮ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ В УКРАЇНІ.....   | 191 |
| <b>Поліщук С.П.</b><br>ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМ<br>РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....  | 197 |



|  |     |
|--|-----|
| <b>Помаз О.М., Помаз Ю.В.</b><br>СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....  | 201 |
| <b>Проданова І.І.</b><br>НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА ЯК СИСТЕМА ВЗАЄМОПОВ'ЯЗАНИХ СЕРЕДОВИЩ:<br>ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ.....   | 205 |
| <b>Пурій Г.М.</b><br>ЕКСПОРТ ОСВІТНИХ ПОСЛУГ ЯК НАПРЯМ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДЖЕРЕЛ<br>ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНЗ .....   | 211 |
| <b>Степочкин А.И.</b><br>МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ<br>СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ .....   | 216 |
| <b>Терлецька В.О.</b><br>ОЦІНЮВАННЯ Й АНАЛІЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ПРОПОЗИЦІЇ КОН'ЮНКТУРИ<br>РИНКУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ.....  | 223 |
| <b>Федевич Л.С.</b><br>ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ОСНОВ ЗАКОНОДАВЧОЇ БАЗИ<br>В КОНТЕКСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОСПОДАРСЬКИХ ОБ'ЄДНАНЬ.....   | 229 |
| <b>СЕКЦІЯ 4</b>  |     |
| <b>ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b>  |     |
| <b>Абазіна О.А., Щербань Р.С., Захаров І.М.</b><br>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ ЩОДО ЗМЕНШЕННЯ<br>ВИКИДІВ ЗАБРУДНЮВАЛЬНИХ РЕЧОВИН ІЗ НЕСТАЦІОНАРНИХ ДЖЕРЕЛ<br>У ВНУТРІШНЬОМУ КОНТРОЛІ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАПІДПРИЄМСТВ..... | 234 |
| <b>Аванесова Н.Е.</b><br>МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ<br>ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....  | 239 |
| <b>Алшарф И.А.М.</b><br>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ<br>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ.....  | 245 |
| <b>Бакіна Т.В., Кукіна Н.В.</b><br>НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ГАЛУЗІ ОЛШЕВИРІВНИЦТВА:<br>МІКРОЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ.....   | 251 |
| <b>Баран Р.Я., Романчукевич М.Й.</b><br>УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА<br>ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ .....  | 256 |
| <b>Батьковець Н.О., Бурса О.В.</b><br>АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ.....   | 263 |
| <b>Безродна С.М., Акілов О.Б., Гусар Р.О.</b><br>СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....   | 267 |
| <b>Бескупська О.В.</b><br>ОСНОВНІ ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРИНЦИПИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....  | 272 |
| <b>Белікова М.В., Безхлібна А.П.</b><br>АНАЛІЗ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ НАЦІОНАЛЬНОГО<br>КИЄВО-ПЕЧЕРСЬКОГО ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ЗАПОВІДНИКА .....   | 276 |
| <b>Бортнік С.М., Левчук А.О.</b><br>ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО МЕТОДУ ПРОЕКТУВАННЯ ІННОВАЦІЙ<br>У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 280 |
| <b>Будяєв М.О.</b><br>СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ<br>ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В МАШИНОБУДІВНОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ.....  | 286 |
| <b>Волинець І.Г.</b><br>СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....   | 291 |
| <b>Вороніна А.В., Зеніна-Біліченко А.С.</b><br>ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ АДАПТИВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ<br>РОЗВИТКОМ ОРГАНІЗАЦІЇ.....   | 294 |
| <b>Головенко І.П.</b><br>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ<br>ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ.....   | 300 |
| <b>Городня Т.А., Петрівський В.Б.</b><br>КОМПЛЕКСНА ДІАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 304 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Грановська В.Г.</b><br>ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА<br>В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....   | 308 |
| <b>Гресь-Євреїнова С.В.</b><br>БРЕНДІНГ МУЗЕЮ РЕТРОТЕХНІКИ АВТО-МОТОКЛУБУ «ФАЕТОН»<br>ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....   | 313 |
| <b>Громко Л. С.</b><br>МЕТОД ТИПОЛОГІЗАЦІЇ ПОВЕДІНКИ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОСНОВА ПОВУДОВИ<br>СИСТЕМИ МОТИВУВАННЯ.....  | 318 |
| <b>Гуцалюк О.М.</b><br>ІНТЕГРАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ<br>АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА.....  | 322 |
| <b>Гуцул М.О.</b><br>АЛГОРИТМ ПОВУДОВИ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ<br>СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....  | 328 |
| <b>Данилишин В.І., Стефанків О.М., Ціжма О.А.</b><br>ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА<br>ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....   | 332 |
| <b>Деркач І.О., Пащенко О.О., Булат М.А., Рибалко Л.П.</b><br>ОСНОВНІ АТРАКТОРИ СТРАТЕГІЧНИХ ВАЖЕЛІВ НЕМАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ<br>ТА ОЦІНЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ.....  | 337 |
| <b>Дикань О.В.</b><br>ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО<br>ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК.....   | 341 |
| <b>Дунська А.Р., Панасюк Т.П.</b><br>ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЦЕЛЮЛОЗНО-ПАПЕРОВІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....   | 346 |
| <b>Зернюк О.В., Федорова Ю.М.</b><br>ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ.....  | 350 |
| <b>Іванієнко В.В., Котов А.М., Іванієнко К.В.</b><br>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО<br>ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ<br>СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ЙОГО РОЗВИТКУ ..... | 356 |
| <b>Климчук А.О.</b><br>ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ<br>НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....  | 360 |
| <b>Коваленко Л.П., Колотова Н.Б.</b><br>КРАУДФАНДІНГ – ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙНИХ<br>ТУРИСТИЧНИХ ПРОЄКТІВ .....   | 364 |
| <b>Ковальчук Н.О., Рунак Т.В.</b><br>ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ПЕРЕДУМОВА<br>ЇХ СТАБІЛЬНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ.....   | 368 |
| <b>Ковбасюк А.М.</b><br>НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....  | 372 |
| <b>Ковінько О.М., Яворська Н.З., Мала К.В.</b><br>СТАН РИНКУ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ.....   | 378 |
| <b>Колосок А.М.</b><br>ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ ПРОЄКТНОГО АНАЛІЗУ.....   | 383 |
| <b>Коновал В.В., Шлапак О.А.</b><br>ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ<br>ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЗАСОБАМИ ЗБУТОВОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ.....  | 387 |
| <b>Кононенко Г.І.</b><br>РИНКОВА КОНЦЕПЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ:<br>ТРАДИЦІЙНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТИ.....   | 392 |
| <b>Король І.В.</b><br>МАРКЕТИНГ РОЗКОШІ: ПРИНЦИПИ ПОВУДОВИ УСПІШНОГО ЛЮКСОВОГО БРЕНДУ.....   | 396 |
| <b>Кравець С.Д.</b><br>УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....  | 400 |
| <b>Крикун О.А.</b><br>УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦІ И ПУТИ ДОСТИЖЕНИЯ СТАБІЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ<br>НА РЫНКЕ ТРУДА УКРАИНЫ.....   | 404 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Крюкова І.О.</b><br>СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРОКОМПАНІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ<br>ВІДРОДЖЕННЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....   | 411 |
| <b>Кукліна Т.С., Корнієнко О.М.</b><br>ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....   | 416 |
| <b>Лифар В.В.</b><br>ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....  | 420 |
| <b>Лишенко М.О.</b><br>АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА РИНКУ ОВОЧІВ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....  | 423 |
| <b>Маляр Д.В.</b><br>МЕТОДИКА ОБЧИСЛЕННЯ ПОКАЗНИКІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ, ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ<br>АКЦІОНЕРНОГО КАПІТАЛУ ТА СТУПЕНЯ РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОМУ РЕСУРСУ .....              | 429 |
| <b>Мельничук Л.С.</b><br>СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ.....   | 434 |
| <b>Навольська Н.В.</b><br>ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ХЛІБА І ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ.....   | 438 |
| <b>Недзельська М.М., Сокол П.М.</b><br>ПРОСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ТОВАРІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ .....  | 442 |
| <b>Нижник А.Ю.</b><br>ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА:<br>СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ .....   | 446 |
| <b>Нікітченко Т.О.</b><br>УПРАВЛІННЯ ОПОРОМ ЗМІНАМ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....  | 450 |
| <b>Новойтенко І.В., Слободян Н.Я., Малиновський В.В.</b><br>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ.....   | 454 |
| <b>Патуа О.С.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 461 |
| <b>Педько І.А., Петрищенко Н.А., Мартинюк Д.Ю.</b><br>РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....   | 466 |
| <b>Пилипенко А.А., Ялдин І.В.</b><br>ОРГАНІЗАЦІЯ ІНДИКАТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ<br>ІНТЕГРОВАНОЇ СТРУКТУРИ БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ПРОЦЕСНО-ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ..... | 470 |
| <b>Писарчук О.В.</b><br>МІСЦЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....   | 479 |
| <b>Піскульова І.В.</b><br>ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ОЩАДНОГО ВИРОБНИЦТВА В УПРАВЛІННІ<br>ОВІГОВИМИ АКТИВАМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....                                 | 485 |
| <b>Родіна О.В.</b><br>АНАЛІЗ СТАНУ ВИРОБНИЦТВА СВИНИНИ В УКРАЇНІ ТА ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....   | 490 |
| <b>Сак Т.В.</b><br>СТРАТЕГІЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА:<br>СУТНІСТЬ, ЧИННИКИ, ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ.....  | 494 |
| <b>Скорук О.В.</b><br>РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 498 |
| <b>Соковніна Д.М.</b><br>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ<br>РОЗВИТКУ САДІВНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ.....   | 504 |
| <b>Соловійов А.І.</b><br>ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ІНФОКОМУНІКАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ<br>АГРАРНИМИ ВИРОБНИЧИМИ СТРУКТУРАМИ.....                                       | 507 |
| <b>Ставська Ю.В., Петрук Н.В.</b><br>АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВІННИЧЧИНИ .....  | 513 |
| <b>Угрімова І.В.</b><br>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА .....  | 519 |
| <b>Ушкаренко Ю.В.</b><br>ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ<br>ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН.....  | 524 |
| <b>Федотова Ю.В., Кравець О.М.</b><br>АНІМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ<br>ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ.....  | 530 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Хромушина Л.А.</b><br>ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....   | 535 |
| <b>Ціпуринда В.С.</b><br>ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНИХ ОСНОВ ПІДПРИЄМСТВА<br>ТА ДИНАМІКИ ЙОГО РОЗВИТКУ .....  | 539 |
| <b>Чернишов В.В.</b><br>ОСНОВНІ ЕТАПИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ ДІАГНОСТИКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....   | 545 |
| <b>Чукурна О.П.</b><br>МОДЕЛЬ ОЦІНКИ МАРКЕТИНГОВИХ АНТИКРИЗОВИХ СТРАТЕГІЙ<br>В ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОМУ МЕХАНІЗМІ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 549 |
| <b>Шарко В.В.</b><br>КАСТОМІЗАЦІЯ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ<br>МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 556 |
| <b>Шептуха О.М.</b><br>УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ<br>ВОДОПРОВІДНО-КАНАЛІЗАЦІЙНОГО ГОСПОДАРСТВА.....   | 559 |
| <b>СЕКЦІЯ 5</b><br><b>РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА</b>   |     |
| <b>Богуславська С.І.</b><br>КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ<br>РЕГІОНАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ.....   | 565 |
| <b>Гаркавий В.В.</b><br>РЕЗУЛЬТАТИ РОБОТИ АГРАРНОГО СЕКТОРА ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА 2015 РІК.....  | 571 |
| <b>Давидюк Ю.В.</b><br>ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ<br>ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИМ КОМПЛЕКСОМ.....  | 574 |
| <b>Кравчук Н.І.</b><br>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ<br>У КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....   | 580 |
| <b>Медведовська Т.П.</b><br>СУЧАСНИЙ СТАН РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....   | 584 |
| <b>Рибак Г.І.</b><br>ФАКТОРИ ПОДОЛАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ЯКОСТІ<br>ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....  | 587 |
| <b>СЕКЦІЯ 6</b><br><b>ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ</b><br><b>ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА</b>   |     |
| <b>Арестов С.В.</b><br>ПЕРСПЕКТИВИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СРЕДЫ В УКРАИНЕ<br>В СФЕРЕ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ.....   | 593 |
| <b>Ковалів І.З.</b><br>АНАЛІЗ ТА ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН<br>У РИНКОВИХ УМОВАХ.....   | 598 |
| <b>Макарова В.В.</b><br>ЕКОЛОГІЧНИЙ КОМПРОМІС ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ РАЦІОНАЛІЗАЦІЇ<br>І СТАЛОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНО-ПРИРОДНОГО РЕСУРСУ.....   | 601 |
| <b>Полищук В.Н.</b><br>ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА<br>И КОНЦЕПЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....  | 608 |
| <b>Рогач С.М.</b><br>ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗБАЛАНСУВАННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО<br>СЕРЕДОВИЩА СФЕРИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ.....   | 611 |
| <b>Сухіна О.М., Соловей М.В.</b><br>АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГЕТИКА В ОБ'ЄДНАНИХ ГРОМАДАХ<br>ЯК ДЖЕРЕЛО ДОДАТКОВОГО ДОХОДУ ТА ЗАСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРИРОДИ<br>(НА ПРИКЛАДІ БОРИСПІЛЬЩИНИ)..... | 617 |

## СЕКЦІЯ 7

## ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

|  |     |
|--|-----|
| <b>Бабенко В.А.</b><br>УМОВИ ВІДТВОРЕННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ: СТАН ЗДОРОВ'Я НАЦІЇ.....  | 624 |
| <b>Биховченко В.П., Козицька І.С., Олексієнко Т.М.</b><br>БЕЗРОБІТТЯ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В УКРАЇНІ.....                    | 627 |
| <b>Свтушенко Г.В., Бабошко А.І., Бушля Д.І.</b><br>ІМІДЖ СУЧАСНОГО ВИКЛАДАЧА: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ .....                               | 630 |
| <b>Завадовська Ю.Ю.</b><br>ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМАМИ ДОПОМОГИ<br>ВИМУШЕНИМ МІГРАНТАМ У ПРОЕКТНИХ СИСТЕМАХ, ЩО ПІДДАНІ РУЙНУВАННЮ..... | 635 |
| <b>Наумко Ю.С.</b><br>ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 641 |
| <b>Славкова О.П., Колодненко Н.В.</b><br>СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ .....   | 645 |
| <b>Чайка І.В.</b><br>НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ.....   | 650 |
| <b>Чернушкіна О.О., Козак А.М.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....   | 654 |

## СЕКЦІЯ 8

## ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

|  |     |
|--|-----|
| <b>Білошапка В.С.</b><br>СТВОРЕННЯ ТА ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ АГЕНТСТВА<br>З УПРАВЛІННЯ «ТОКСИЧНИМИ» АКТИВАМИ.....   | 659 |
| <b>Боровик П.М., Сліпченко В.В., Броварна С.М.</b><br>НЕПРЯМА ПОДАТКОВА ПІДТРИМКА АГРОВІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....                           | 664 |
| <b>Вікнянська А.О.</b><br>СХЕМА ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ.....   | 668 |
| <b>Гомон М.В.</b><br>ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ТА ПРИНЦИПИ ЇЇ ФОРМУВАННЯ.....   | 673 |
| <b>Городніченко Ю.В.</b><br>ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ФОНДОВИХ РИНКІВ.....   | 677 |
| <b>Гузенко Т.С., Геєнко М.М.</b><br>ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ДОВГОСТРОКОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ В АГРАРНИЙ СЕКТОР<br>ЗА ДОПОМОГОЮ ІРО.....                                 | 682 |
| <b>Дранус В.В.</b><br>АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ СТРАХУВАННЯ РИЗИКІВ<br>У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ В УКРАЇНІ<br>ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ ..... | 687 |
| <b>Каламбет С.В.</b><br>ГЕНЕЗИС ТА ЕВОЛЮЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДАННЯ ПОДАТКІВ.....  | 692 |
| <b>Косточка О.О.</b><br>ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ.....   | 698 |
| <b>Кочетигова Т.В., Кісельова А.А.</b><br>ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО<br>ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ.....                                      | 702 |
| <b>Кочетигова Т.В., Канарова Ю.</b><br>ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ РИЗИКІВ АКТИВНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ.....   | 706 |
| <b>Кочетигова Т.В., Кожухар Д.С.</b><br>ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ БАНКУ.....  | 709 |
| <b>Кошонько О.В., Капустяк Ю.І.</b><br>ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ.....   | 713 |
| <b>Круп'як І.Й.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ.....  | 719 |
| <b>Кушнір С.О., Вітківська О.О.</b><br>ПОДОЛАННЯ КРИЗИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ: СВІТОВИЙ ДОСВІД<br>ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....                                 | 724 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Литвин Я.А.</b><br>НЕПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ.....   | 728 |
| <b>Литвин Я.А.</b><br>ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ.....  | 734 |
| <b>Малишко Є.О.</b><br>ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ РЕЗУЛЬТАТІВ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НПФ<br>НА ВИБІР ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ НПЗ.....   | 739 |
| <b>Марич М.Г.</b><br>ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛІНГУ РИЗИКІВ У КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ УКРАЇНИ.....   | 745 |
| <b>Матвійчук Л.О., Гоменюк І.В.</b><br>ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПДВ ТА ЙОГО РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ<br>ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ.....                                       | 749 |
| <b>Мирончук В.М., Балацька О.</b><br>ДИСКРИМІНАНТНА МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ<br>ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....  | 753 |
| <b>Остапенко А.С., Повод Т.М.</b><br>ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ<br>ХЕРСОНСЬКОГО РЕГІОНУ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....                      | 757 |
| <b>Примостка О.О.</b><br>ПОЛІТИКА ТАРГЕТУВАННЯ – ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....   | 765 |
| <b>Проскура К.П., Сушкова О.Є.</b><br>ОЦІНЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОТИДІЇ СХЕМАМ МІНІМІЗАЦІЇ ПОДАТКІВ В УКРАЇНІ.....  | 770 |
| <b>Ребрик М.А.</b><br>АНАЛІЗ МАСШТАБІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ РИНКУ РЕЙТИНГОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....  | 778 |
| <b>Самошкіна І.Д.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕЗЕРВІВ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ.....   | 786 |
| <b>Семенча І.Є., Руденко В.І.</b><br>АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ АКТИВІВ БАНКІВ ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ ФОРМУВАННЯ.....   | 790 |
| <b>Скрипник Ю.В.</b><br>ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....  | 794 |
| <b>Терещенко В.Л., Терещенко В.В.</b><br>СТАН ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....   | 800 |
| <b>Телстов О.С., Летуновська Н.Є., Шевлюга О.Г.</b><br>АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЙ АРБІТРАЖУ<br>ЯК ОСОБЛИВОЇ БІРЖОВОЇ ОПЕРАЦІЇ<br>З ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ ТА ВАЛЮТОЮ..... | 807 |
| <b>Харченко Т.Б.</b><br>ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ<br>БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ<br>ВПРОВАДЖЕННЯ БЕНЧМАРКІНГУ.....  | 813 |
| <b>Чернявська Л.В.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ<br>ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА РОЛЬ КРЕДИТНИХ СПІЛОК У ЙОГО РОЗВИТКУ.....                               | 817 |
| <b>Чуй І.Р., Мицак О.В.</b><br>ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕН<br>НЯ КАТЕГОРІЇ «БОРГОВА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ».....  | 822 |
| <b>Швець О.В.</b><br>СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА ЯКОСТІ КОНТРОЛЮ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ БАНКІВ УКРАЇНИ.....  | 828 |
| <b>СЕКЦІЯ 9</b>  |     |
| <b>БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ</b>   |     |
| <b>Боднар О.В.</b><br>ЛОГІЧНА СТРУКТУРА ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ БРАКУ ТА ВІДХОДІВ ВИРОБНИЦТВА .....   | 833 |
| <b>Голінач Л.І.</b><br>АНАЛІТИЧНИЙ ОБЛІК ТА АНАЛІЗ ВИТРАТ НА ВДОСКОНАЛЕННЯ<br>СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ПІДПРИЄМСТВІ .....  | 837 |
| <b>Дьордяй В.П., Шуліко А.О.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В ОБ'ЄДНАННЯХ СПІВВЛАСНИКІВ<br>БАГАТОКВАРТИРНИХ БУДИНКІВ .....  | 845 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Засадний Б.А.</b><br>КОМПЛЕКСНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....  | 849 |
| <b>Заяць М.Я.</b><br>ОЦІНЕННЯ ФІНАНСОВИХ АКТИВІВ У МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТАХ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ...   | 854 |
| <b>Клименко С.О., Задорожній О.О.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО<br>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....       | 859 |
| <b>Лега О.В.</b><br>БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІ РЕАЛІЇ.....   | 863 |
| <b>Маліновська Д.К.</b><br>ЕКОЛОГІЧНИЙ РИЗИК ЯК КОМПОНЕНТ АУДИТОРСЬКОГО РИЗИКУ.....   | 869 |
| <b>Мардус Н.Ю., Корсунова К.Ю.</b><br>ТЕОРЕТИЧНІ І МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ<br>В ОБЛІКУ ТА АУДИТІ.....                        | 873 |
| <b>Михальчишина Л.Г., Немеш Г.С.</b><br>ВНУТРІШНІЙ ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ: ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ<br>ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....                      | 876 |
| <b>Осадча Г.Г., Дьякова Н.І.</b><br>ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ.....  | 881 |
| <b>Осадча Г.Г., Степанюк А.В.</b><br>ЗБИТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФОРМА ПРОЯВУ ТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....   | 886 |
| <b>Поліщук О.Т., Шевчук О.В.</b><br>ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ.....  | 891 |
| <b>Потриваєва Н.В.</b><br>АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА РІВНІВ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ<br>М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....                                 | 895 |
| <b>Семенчук Л.І., Мороз С.О.</b><br>ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ.....  | 898 |
| <b>Слободян Н.Г., Миронов О.С.</b><br>ВИКОРИСТАННЯ ДОВГОСТРОКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ В АНТИКРИЗОВОМУ<br>УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....                              | 902 |
| <b>Чижишин О.І., Железняк Н.В.</b><br>ОПТИМІЗАЦІЯ ІНВЕСТИВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 907 |
| <b>Shmatkovska T.O.</b><br>TO THE PROBLEMS OF ECONOMIC ESSENCE OF THE STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING .....   | 912 |
| <b>Ярмолюк О.Ф., Киян А.В.</b><br>ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....   | 916 |
| <b>СЕКЦІЯ 10</b>  |     |
| <b>СТАТИСТИКА</b>   |     |
| <b>Винятинська Л.В.</b><br>МІСЦЕ ТА РОЛЬ СТАТИСТИЧНОГО АНАЛІЗУ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ<br>ЛІСОВИХ ГОСПОДАРСТВ У СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ.....                | 923 |
| <b>СЕКЦІЯ 11</b>  |     |
| <b>МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ</b>   |     |
| <b>ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ</b>   |     |
| <b>Бочарова А.С.</b><br>ТРУДНОЩІ МАШИНОГО ПЕРЕКЛАДУ ЕКОНОМІЧНОГО ТЕКСТУ .....   | 927 |
| <b>Пастернак Я.П., Ткаченко А.А., Бондаренко В.В.</b><br>ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ТА МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗУВАННЯ<br>ПІД ЧАС ДІАГНОСТИКИ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА..... | 931 |
| <b>Тесьолкін О.І., Кузьменко В.В.</b><br>СПОСОБИ ТА МЕХАНІЗМИ ПІДБОРУ УНІКАЛЬНОГО КОНТЕНТУ<br>ПІД ЧАС ПЕРЕВІРКИ ТЕКСТУ НА ПЛАГІАТ.....                      | 935 |

Електронне наукове видання

# ГЛОБАЛЬНІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ

Випуск 11

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Висловлені у цих статтях думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань.

## ЗАСНОВНИК:

Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського  
Адреса редакції журналу: вул. Нікольська, 24, м. Миколаїв, Україна, 54030  
Відповідальний секретар: Данік Наталя Вадимівна  
E-mail: [наука@global-national.in.ua](mailto:наука@global-national.in.ua)  
Телефон: +38 (095) 458-19-85