

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ І ТОВАРОЗНАВСТВА



ПРОГРАМА

**Х
ЮВІЛЕЙНОЇ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

***«МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ»***

1-5 грудня 2015 року

м. Хмельницький

РЕГЛАМЕНТ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ

2 грудня 2015 року

14⁰⁰ – 19⁰⁰ Заїзд та реєстрація учасників (вестибюль 4 корпусу)

3 грудня 2015 року

9⁰⁰ – 10⁰⁰ Реєстрація учасників (вестибюль 4 корпусу)

10⁰⁰ – 14⁰⁰ Пленарне засідання (ауд. 3-207)

14⁰⁵ – 15⁰⁰ Обід

15⁰⁵ – 18⁰⁰ Круглий стіл “Компетентності майбутніх фахівців спеціальностей “Маркетинг” і “Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”

18³⁰ – Дружня вечеря

4 грудня 2015 року

10⁰⁰ – 13⁰⁰ Робота в секціях

10⁰⁰ – 13⁰⁰ Ознайомлення з виробничо-комерційною діяльністю ТМ “Мамин хліб”

5 грудня 2015 року

10⁰⁰ – Пленарне засідання (закриття конференції)
Від’їзд учасників конференції

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Почесний голова комітету:

Скиба Микола Єгорович *ректор Хмельницького національного університету, д.т.н., професор*

Члени комітету:

Войнаренко М.П. *проректор з науково-педагогічної роботи Хмельницького національного університету, д.е.н., професор*

Параска Г.Б. *проректор з наукової роботи Хмельницького національного університету, д.т.н., професор*

Mirosław Wasielewski *Spoleczna Akademia Nauk w Łodzi, Polska*

Патора Р. *ректор Вищої школи підприємництва і управління, м. Лодзь, Польща, д.е.н., професор*

Йохна М.А. *проректор з міжнародних зв'язків Хмельницького національного університету, д.е.н., професор*

Бондаренко М.І. *декан факультету економіки і управління Хмельницького національного університету, к.е.н., доцент*

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова комітету:

Крикавський Є.В. *завідувач кафедри маркетингу і логістики Національного університету "Львівська політехніка", д.е.н., професор*

Співголови комітету:

Ковальчук С.В. *завідувач кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету, д.е.н., професор*

Чухрай Н.І. *проректор з наукової роботи Національного університету "Львівська політехніка", д.е.н., професор*

Лилик І.В. *генеральний директор Української асоціації маркетингу, к.е.н., доцент*

Заступники:

Савіна Г.Г. *проректор з наукової роботи Херсонського національного технічного університету, д.е.н., професор*

Кендюхов О.В. *голова Всеукраїнської спілки вчених-економістів, д.е.н., професор*

Орлов О.О. *професор кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету, д.е.н., професор*

Тришкіна Н.І. *директор Хмельницького торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету, к.е.н., доцент*

Гончар О.І. *професор кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету, д.е.н., доцент*

Вчений секретар:

Карпенко В.Л. *доцент кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету, к.е.н., доцент*

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ КОНФЕРЕНЦІЇ

3 грудня 2015 року (початок о 10⁰⁰)

3 корпус ХНУ, ауд. 3-207

ВІДКРИТТЯ КОНФЕРЕНЦІЇ

1. Привітальне слово голови програмного комітету, ректора Хмельницького національного університету, д.т.н., професора, **Скиби М.Є.**
2. Привітальне слово проректора з наукової роботи Хмельницького національного університету, д.т.н., професора, **Параски Г.Б.**
3. Привітальне слово проректора з навчально-педагогічної роботи Хмельницького національного університету, д.е.н., професора, **Войнаренка М.П.**
4. Привітальне слово проректора з міжнародних зв'язків, завідувача кафедри менеджменту, д.е.н., професора, **Йохни М.А.**
5. Привітальне слово декана факультету економіки і управління, к.е.н., доцента, **Бондаренка М.І.**
6. Привітальне слово завідувача кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету, д.е.н., професора, **Ковальчук С.В.**

ДОПОВІДІ

Ковальчук С.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету

“Краудтехнології на службі маркетингу”

Крикавський Є.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і логістики Національного університету “Львівська політехніка”

“Промислові ланцюги поставок: між ефективністю та відповідальністю”

Стадник В.В., д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту Хмельницького національного університету

“Організаційна оболонка та інституційні передумови ефективної взаємодії різноманітностей у сучасних корпораціях”

Лилик І.В., к.е.н., доцент, генеральний директор Української асоціації маркетингу, національний представник ESOMAR в Україні

“Дуальна освіта: перспективи для України в умовах глобалізації”

Кендюхов О.В., д.е.н., професор, голова Всеукраїнської спілки вчених-економістів

“Маркетингові пріоритети створення нової виробничої бази України”

Оксана Стець, начальник відділу стратегічного маркетингу ПрАТ “Тернопільський молокозавод”

“Цифровий інструментарій в реалізації комплексу маркетингу”

Mahefa Andri, Prof. Dr. rer. pol. Westächsische Hochschule Zwickau, Germany

“Eye tracking as powerfull marketing tool”

Maciejczak Mariusz, Ph.D. Faculty of Economic Sciences Warsaw University of Life Sciences – SGGW

“Marketing research of market biofuel in Ukraine”

Mirosław Wasielewski, Społeczna Akademia Nauk w Łodzi, Polska

“Квантифікування відносин підприємств із клієнтами”

Орлов О.О., д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету

“Гибкое планирование в условиях рынка”

Савіна Г.Г., д.е.н., професор, проректор з наукової роботи Херсонського національного технічного університету

“Принцип довіри у рекламній діяльності”

Тришкіна Н.І., к.е.н., доцент, директор Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТУ

“Проблемні питання маркетинг-логістичного забезпечення у виробничо-торговельних ланцюгах”

Іванюк В.В., керівник прес-офісу ПАТ КБ “Приват Банк” у Хмельницькій області

“Використання освітніх програм у просуванні продуктів Приват Банку”

Гончар О.І., д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету

“Актуалізація управління економічним потенціалом підприємства за умов глобалізації”

Патора Р., д.е.н., проф., Суспільна академія наук, м. Лодзь (Польща)

“Розвиток послуг автозаправних комплексів для забезпечення громадської корисності”

Телстов О. С., д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету

“Підвищення ролі маркетингу в різних сферах життєдіяльності людини”

Кострубська А.Ф., керівник маркетингового відділу Інтернет-магазину Caseshop.com.ua

“Маркетинг соціальних мереж: сучасний тренд чи невід’ємний елемент успіху?”

Лямзіна О.В., заступник генерального директора з комерційних питань ТРК «Поділля-Центр»

“Суспільне мовлення – крок до глобалізації економіки України”

Білявець О. В., керівник з розвитку фірмової мережі ТМ «Мамин хліб»

“Створення та розвиток бренду «Мамин хліб»”

Карачина Н. П., д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту та моделювання в економіці Вінницького національного університету

“Поведінкові моделі реорганізації бізнесу на прикладі промислових підприємств Вінницької області”

Мороз О. В., д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту та моделювання в економіці Вінницького національного університету

“Брендинг сільських територій: сучасний стан, проблеми реалізації та перспективи”

РОБОТА СЕКЦІЙ

Секція 1.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ МАРКЕТИНГУ У РІЗНИХ СФЕРАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

4 грудня (зала засідань ректорату 3-207)

Керівник секції **Ковальчук С.В.** – завідувач кафедри маркетингу і товарознавства
Хмельницького національного університету, д.е.н., професор

Секретар **Бичікова Л.А.** – доцент кафедри маркетингу і товарознавства
Хмельницького національного університету, к.е.н., доцент

1	Алексєенко Л. М., Карпа І. С. Тернопільський національний економічний університет	ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ В КОНТУРІ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ
2	Андрушкевич З. М. Хмельницький національний університет	АКТУАЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ХОЛІСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ
3	Бичікова Л. А. Хмельницький національний університет	МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРОСУВАННЯ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ
4	Бойко Р. В. Хмельницький національний університет	ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ
5	Бойчук І. В. Львівська комерційна академія	СКЛАДОВІ УСПІХУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ
6	Буга Н.Ю., Мала А.Л., Яворська Н.З. Вінницький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА
7	Бурдяк О. М., Бурдяк О. В. Чернівецький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	РОЗРОБКА ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ ЯК СКЛАДОВА АНТИКРИЗОВОЇ ПОЛІТИКИ
8	Бурліцька О. П. Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя	СЕМПЛІНГ ЯК ОСНОВНИЙ ВИД CONSUMER PROMOTION
9	Бурліцька О. П., Піняк І. Л. Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя	ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ В МАГАЗИНАХ ДИТЯЧИХ ТОВАРІВ
10	Вальков О.Б. Хмельницький національний університет	МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ у МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
11	Войнаренко С. М. Хмельницький національний університет	КОНЦЕПЦІЇ ОЦІНКИ БРЕНДІВ РЕКЛАМНИХ КОМПАНІЙ
12	Галка І. О., Бичікова Л. А. Хмельницький національний університет	НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
13	Galchynska Julia National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine	MARKETING RESEARCH OF MARKET BIOFUEL IN UKRAINE
14	Гвоздецька І. В. Хмельницький національний університет	ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ ЗАРУБІЖНОГО РИНКУ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ
15	Гвоздецька І. В.	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ

	Хмельницький національний університет	ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
16	Головащенко А. В. Хмельницький національний університет	ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ СВІТОВИХ БРЕНДІВ
17	Голубовська О. А. АТ "ОТП Банк" в м. Хмельницький	СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
18	Gordeeva T. A., Kovalchuk S. V. Khmelnitsky national university	MARKETING ENVIRONMENT AND ITS IMPACT ON THE ASSORTMENT POLICY OF AN ENTERPRISE
19	Григор'єва Л. В. Хмельницький національний університет	ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОГОВОРУ У ВІТЧИЗНЯНИЙ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ
20	Дайновський Ю. А. Львівська комерційна академія	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ
21	Дибчук Л. В. Хмельницький національний університет	РОЛЬ УПРАВЛІННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
22	Ковальчук С. В., Кукурудза Д. О. Хмельницький національний університет	СУЧАСНІ ТРЕНДИ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
23	Длугунович Н. А. Хмельницький національний університет	ВИКОРИСТАННЯ ОНЛАЙН-ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ
24	Довгунь О. С. НУ «Львівська політехніка»	КВАНТИФІКУВАННЯ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВ ІЗ КЛІЄНТАМИ
25	Добровольська К. А. Хмельницький національний університет	ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ
26	Дражниця С. А. Хмельницький національний університет	УКРАЇНСЬКІ ТОВАРИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК В КОНТЕКСТІ ГАРМОНІЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ СТАНДАРТІВ І ВИРОБНИЦТВА
27	Донець А. О., Бичікова Л. А. Хмельницький національний університет	РОЛЬ РЕКЛАМИ У СУЧАСНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
28	Жегус О. В., Красноусов А. В., Чміль Г. Л. Харківський державний університет харчівництва та торгівлі	СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІСТА
29	Забурмеха Є. М. Хмельницький національний університет	ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ КОМПАНІЯМИ
30	Ілляшенко С. М. Сумський державний університет	МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ СТРУКТУРИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В ОРГАНІЗАЦІЇ
31	Карпій О. П. Національний університет «Львівська політехніка»	РОЗВИТОК ПОСЛУГ АВТОЗАПРАВНИХ КОМПЛЕКСІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОЇ КОРИСНОСТІ
32	Карпенко В. Л., Мисюк М. С. Хмельницький національний університет	УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРОВАНИМИ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ
33	Забурмеха Є. М. Хмельницький національний університет	ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

34	Кобець Д. Л. Хмельницький національний університет	ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГ- МЕНЕДЖМЕНТУ
35	Ковінько О. М. Вінницький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
36	Костинюк С. О. Хмельницький національний університет	АЛЬТЕРНАТИВНІ ТИПИ ІНТЕРНЕТ-СТРАТЕГІЙ
37	Куриленко І. І. Запорізький національний технічний університет	МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА
38	Лабурцева О. І. Київський національний торго- вельно-економічний університет	ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
39	Лазебник М. Р. директор Всеукраїнської рекламної коаліції	ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОБМЕЖЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ
40	Лень Т. В. Хмельницький національний університет	МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЕЛЕМЕНТ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНOSTІ
41	Лилик М. С. Відкритий Університет розвитку людини «Україна»	МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ
42	Лопатовська О. О. Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут	НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ТОВАРООБИГУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА
43	Лопатовський В.Г., Русин О.І. Хмельницький національний університет	АНАЛІЗ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
44	Лошенко І. Р., Жалба І. О. Чернівецький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ В МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР
45	Машак Н. М. НУ «Львівська політехніка»	ЕКОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ
46	Маєвський В. А. Національний авіаційний університет	ПРИОРІТЕТИ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКУПІВЕЛЬ У ПЕРІОД СТАГНАЦІЇ ЕКОНОМІКИ
47	Масловська Л. Ц. Житомирський національний агрокологічний університет	УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ БІЗНЕС- ВЗАЄМВІДНОСИН УЧАСНИКІВ ПРОЦЕСУ БРЕНДУТВОРЕННЯ
48	Миколишина В. В. Хмельницький національний університет	НЕОБХІДНІСТЬ І МОЖЛИВІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ
49	Михальчик Т. В. Хмельницький національний університет	МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА В РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА
50	Нагаївська Д.Ю. Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця	РІВНІ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ ТА ЙОГО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
51	Нижник В. М. Хмельницький національний	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

	університет	НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ
52	Нянько В. М. Хмельницький національний університет	УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ ЯК НАЙЦІННІШИМ НЕМАТЕРІАЛЬНИМ АКТИВОМ
53	Лісовський І. В. Хмельницький національний університет	АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗМІН КОН'ЮНКТУРИ РИНКІВ
54	Підвисоцька В. О., Бичікова Л. А. Хмельницький національний університет	ДИЗАЙН УПАКОВКИ В СУЧАСНІЙ ТОРГІВЛІ
55	Полінкевич О. М., Товстенюк О. В. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк	ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ДИРЕКТ- МАРКЕТИНГУ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ
56	Проскурович О. В., Ястремський М. М. Хмельницький національний університет	СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ
57	Приступа Л. А. Хмельницький національний університет	НЕТРАДИЦІЙНІ КАНАЛИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ: МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ
58	Савицька Н. Л. Харківський державний університет харчування та торгівлі	КОГНІТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СПОЖИВАННЯ У МЕРЕЖНІЙ ЕКОНОМІЦІ
59	Савич О.П. ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”	ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ
60	Сіренко Я. О., Ліщишена А. Ю. Вінницький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ
61	Скіцько В. І. ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана” Мельник Г. В. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича	МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ МАРКЕТИНГОВО- ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕРЕЖ ПЕТРІ
62	Слободян Б. В. Хмельницький національний університет	МАРКЕТИНГОВЕ СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ
63	Слободян Б. В., Карпенко В. Л. Хмельницький національний університет	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАРКЕТИНГУ
64	Сокирик І. В. Хмельницький національний університет	ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ
65	Стець О. М. НУ “Львівська політехніка”	ЦИФРОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ В РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ
66	Sułkowski Łukasz Społeczna Akademia Nauk, Łódź (Polska)	WIELOPARADYGMATYCZNOŚĆ MARKETINGU

67	Тарасов І. Ю., Прядко О. М. Харківський державний університет харчування та торгівлі	МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СПОРТИВНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНУ
68	Тимофєєв Д. Г. Хмельницький національний університет	ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ПІДПРИЄМСТВІ
69	Трішкіна Н. І. Хмельницького торговельно- економічний коледж КНТУ	ХАРАКТЕРИСТИКА МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ
70	Тюхтенко Н. А. Херсонський державний університет	ПРИНЦИП ДОВІРИ У РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
71	Тюріна Н. М., Карвацка Н. С. Хмельницький національний університет	МАРКЕТИНГ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ
72	Фалович В. А. Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулля	ПЕРСПЕКТИВА РИНКУ МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ
73	Fihun Andrij Lviv Polytechnic National University	EYE TRACKING AS POWERFULL MARKETING TOOL
74	Фомова О.А. Хмельницький національний університет	РОЛЬ МІЖНАРОЖНОГО МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА
75	Хмарська І. А. Первомайський політехнічний інститут Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв	АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
76	Чаплінський Ю. Б., Нікульча В. А. Чернівецький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КУПІВЕЛЬНУ ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ
77	Шарко В. В., Мала А. Л. Вінницький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
78	Чухрай Н.І., Король Я.П. НУ "Львівська політехніка"	ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОСУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОЇ ТА НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВНЗ
79	Яцишина Л. К. Київський національний торгівельно-економічний університет	МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЗБІЛЬШЕННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Секція 2.
ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ В
МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

4 грудня (ауд 4-501)

Керівник секції Орлов О.О. – професор кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету, д.е.н., професор
Секретар Бойко Р.В. – доцент кафедри маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету, к.е.н., доцент

1	Ахламов А. Г. ОРІДУ НАДУ при Президентові України	ПІДХОДИ ДО ПРОГНОЗУВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНІ
2	Битий А. В. Хмельницький національний університет	ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА РИЗИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
3	Бичикова Л. А. Хмельницький національний університет	ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ
4	Бобровник В.М. Хмельницький національний університет	УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ
5	Блашук С.С. Хмельницький національний університет	МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ
6	Божкова В. В., Дериколенко О. М. Сумський державний університет	АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ІНФРАСТРУКТУРИ ВЕНЧУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ
7	Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ	ПРОГНОЗУВАННЯ ОЦІНКИ ДИСПРОПОРЦІЙНОСТІ РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ
8	Ведерніков М. Д., Зелена М. І., Хмельницький національний університет	ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ОБМІНУ ЗНАННЯМИ МІЖ ПРАЦІВНИКАМИ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ДІЄВОЇ СКЛАДОВОЇ КОМПЕНСАЦІЙНОГО ПАКЕТА
9	Войнаренко М. П. Хмельницький національний університет	РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ «TIME MANAGEMENT» У ПРОЦЕСІ СИНХРОНІЗАЦІЇ ПАРАМЕТРІВ РИНКОВОЇ РІВНОВАГИ
10	Гальчинська Ю.М. Національний університет біоресурсів і природокористування України Mariusz Maciejczak Warsaw University of Life Sciences – SGGW	ВИРОБНИЦТВО БІОЕТАНОЛУ, ЯК ІНДИКАТОР РОЗВИТКУ БУРЯКОЦУКРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ
11	Гавловська Н. І. Хмельницький національний університет	ІДЕНТИФІКАЦІЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ В МЕЖАХ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА
12	Gawryś Jadwiga Społeczna Akademia Nauk, Łódź (Polska)	REFORMA SYSTEMU EDUKACJI NA POZIOMIE WYŻSZYM W POLSCE
15	Гвоздецька І. В.	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ

	Хмельницький національний університет	ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
16	Головащенко А. В. Хмельницький національний університет	ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ СВІТОВИХ БРЕНДІВ
17	Голубовська О. А. АТ "ОТП Банк" в м. Хмельницький	СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
18	Gordeeva T. A., Kovalchuk S. V. Khmelnitsky national university	MARKETING ENVIRONMENT AND ITS IMPACT ON THE ASSORTMENT POLICY OF AN ENTERPRISE
19	Григор'єва Л. В. Хмельницький національний університет	ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОГОВОРУ У ВІТЧИЗНЯНИЙ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ
20	Дайновський Ю. А. Львівська комерційна академія	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ
21	Дибчук Л. В. Хмельницький національний університет	РОЛЬ УПРАВЛІННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
22	Ковальчук С. В., Кукурудза Д. О. Хмельницький національний університет	СУЧАСНІ ТРЕНДИ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
23	Длугунович Н.А. Хмельницький національний університет	ВИКОРИСТАННЯ ОНЛАЙН-ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ
24	Довгунь О. С. НУ «Львівська політехніка»	КВАНТИФІКУВАННЯ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВ ІЗ КЛІЄНТАМИ
25	Добровольська К. А. Хмельницький національний університет	ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ
26	Дражниця С. А. Хмельницький національний університет	УКРАЇНСЬКІ ТОВАРИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК В КОНТЕКСТІ ГАРМОНІЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ СТАНДАРТІВ І ВИРОБНИЦТВА
27	Донець А. О., Бичикова Л. А. Хмельницький національний університет	РОЛЬ РЕКЛАМИ У СУЧАСНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
28	Жегус О. В., Красноусов А. В., Чміль Г. Л. Харківський державний університет харчування та торгівлі	СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІСТА
29	Забурмежа Є. М. Хмельницький національний університет	ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ КОМПАНІЯМИ
30	Ілляшенко С. М. Сумський державний університет	МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ СТРУКТУРИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В ОРГАНІЗАЦІЇ
31	Карпій О. П. Національний університет «Львівська політехніка»	РОЗВИТОК ПОСЛУГ АВТОЗАПРАВНИХ КОМПЛЕКСІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГРОМАДСЬКОЇ КОРИСНОСТІ
32	Карпенко В. Л., Мисюк М. С. Хмельницький національний університет	УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРОВАНИМИ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ
28	Литвиненко Т. С., Лук'янова В. В.	ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНТРОЛІНГУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ У

	Хмельницький національний університет	ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ
29	Магдійчук П. О. Хмельницький національний університет	СПОСОБИ ОЦІНКИ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА
30	Матвійчук Л. О. Хмельницький національний університет	СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.
31	Міх О. М. Київський національний університет технологій та дизайну	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ
32	Михальчик С.О. Хмельницький національний університет	РОЛЬ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ
33	Миронюк І. В., Томаля Т. С. Хмельницький національний університет	РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ У УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ
34	Олійник Л. Г. Вінницький кооперативний інститут	МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ
35	Огнева А. М., Русин О. І. Хмельницький національний університет	НОВІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ
36	Patora-Wysocka Zofia Dr., kierownik wdziału Społeczna Akademia Nauk, Łódź (Polska)	MODEL KONCEPCYJNY PROBLEMATYKI SPÓJNOŚCI DECYZYJNEJ W FIRMACH RODZINNYCH
37	Patora Roman Prof., dr.hab. Społeczna Akademia Nauk, Łódź (Polska)	NOWOCZESNE KIERUNKI WSPÓLPRACY MIĘDZYNARODOWEJ SZKOŁY WYŻSZEJ
38	Перерва П. Г., Косенко О. П. Національний технічний університет "ХПІ"	РОЗВИТОК МЕТОДІВ ВАРТІСНОЇ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
39	Полозова В.М. Хмельницький національний університет	УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОПТИМІЗАЦІЇ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ УСЕРЕДИНІ ПІДПРИЄМСТВА
40	Решміділова С. Л. Хмельницький національний університет	ЯКІСТЬ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРАЦІ
41	Рясних Є. Г., Савченко О. В. Хмельницький національний університет	НОВІ ПОГЛЯДИ НА ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОСНОВІ МАРЖИНАЛЬНОГО ПІДХОДУ
42	Савін С. Ю. Херсонський національний технічний університет	ЗБАЛАНСОВАНІ ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ В СУСПІЛЬСТВІ ТА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ
43	Скоробогата Л. В. Хмельницький національний університет	СТРАТЕГІЇ ПОДОЛАННЯ АСИМЕТРІЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ РИНКОВИХ ТРАНСАКЦІЙ
44	Сурмай Д. Д. Хмельницький національний університет	ПРИБУТОК: ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ І ТЛУМАЧЕННЯ
45	Квасницька Р.С. Хмельницький національний університет	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІНСТИТУТІВ

	університет	ФІНАНСОВОГО РИНКУ
46	Тарашевська О.В. Хмельницький національний університет	УПРАВЛІНСЬКА ЕКОНОМІКА ЯК СИСТЕМА ТА ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ
47	Тадеуш Троціковскі, Європейський фонд науки “Інститут Інновацій”	ПРИНЦИПИ ОБҐРУНТУВАННЯ РИЗИКОВИХ РІШЕНЬ У ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
48	Тарашевська О.В. Хмельницький національний університет	ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ НЕЙПРОМЕРЕЖЕВИХ МЕТОДІВ DATA MINING ЯК СКЛАДОВИХ ТЕХНОЛОГІЇ BUSINESS INTELLIGENCE ДЛЯ РОЗРОБКИ ПРОГНОЗНОЇ ФІНАНСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ПРОГНОСТИЧНИХ АНАЛІТИЧНИХ МЕТРИК) У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПРОДУКТИВНІСТЮ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА
49	Попель С. А. Державний науково-дослідний інститут митної справи Тельнов А. С. Вінницький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	ТАКСОНОМІЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
50	Тельнов А.С. Вінницький торговельно- економічний інститут КНТЕУ Решміділова С.Л. Хмельницький національний університет	СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ
51	Ткач К.І. Хмельницький національний університет	КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ
52	Томаля Т. С. Хмельницький національний університет	КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ У ФОРМУВАННІ ВАРТОСТІ ФІРМИ
53	Фігун Н. В., Фігун А. В. НУ “Львівська політехніка”	РОЛЬ WEBO METRICS У ФОРМУВАННІ РЕЙТИНГІВ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ
54	Федоришин В. С. Хмельницький національний університет	ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ КОМУНАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
55	Хрущ Н.А. Хмельницький національний університет	МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ КОМПАНІЯМИ В УКРАЇНІ
56	Шарко В. В., Яворська Н. З. Вінницький торговельно- економічний інститут КНТЕУ	АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА
57	Яцкевич І. В. ОРІДУ НАДУ при Президентові України	НЕФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ В ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВ