

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ «СУЧАСНІ ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ РИНКУ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ»

Андрій Гнатів <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ОГЛЯД РИНКУ СПИРТУ В УКРАЇНІ	4
Тетяна Григус <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ	6
Оксана Міщук <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> СУХІ БУДІВЕЛЬНІ СУМІШІ: СПОЖИВЧІ ВЛАСТИВОСТІ	8

СЕКЦІЯ «ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Юрій Бабій <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> МАРКЕТИНГОВІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ	10
Роман Блащишин <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> МОТИВАЦІЙНА ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	12
Наталія Богачук <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА	14
Оксана Бурліцька <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ВИСТАВКИ І ЯРМАРКИ ЯК ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ	16
Андрій Галяберда <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ІНТЕРНЕТ-БРЕНДИНГ	18
Андрій Гораль <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ПОНЯТТЯ КОМПЛЕКСУ ПРОСУВАННЯ	20
Ірина Добровольська <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» ТА ПІДХОДИ ДО ЇЇ ОЦІНКИ	22

Ольга Загородна <i>Тернопільський національний економічний університет</i>	24
БІЗНЕС-ПРОЦЕС І МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ	
Юлія Копчук <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	26
ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Наталія Куріца <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	28
ПЛАНУВАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ	
Світлана Макодрай <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	30
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»	
Любомир Матвіїв <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	33
ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ	
Сергій Огнистий <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	35
АКТУАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Назарій Перхайло <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	37
СИНЕРГІЯ СИСТЕМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ	
Віталій Пушкарєнко, Оксана Бурліцька <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	39
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ «КАТЕГОРІЙНИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ»	
Василь Садовий <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	41
ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Марія Сторож <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	43
РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Мирон Сямро <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	45
КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГ-МІКС (4Р, 5Р, 7Р)	
Володимир Фалович, Сніжана Горбань <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	47

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ РЕКЛАМИ В КОМПЛЕКСІ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ СПОЖИВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ Алла Халюта <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	49
ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»	
Василина Бойко <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	51
АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ	
Назар Буняк, Ольга Краузе <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	53
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	
Наталя Вінярчук <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	55
МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	
Ольга Городецька <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	57
АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ЗУСИЛЬ ПІДПРИЄМСТВА	
Володимир Демків <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	59
АСПЕКТИ ВПЛИВУ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	
Роман-Володимир Ковбель <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	61
ПРОБЛЕМА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	
Віталій Кузик, Ольга Краузе <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	63
ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ	
Василь Любунь <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	65
ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПЕРСПЕКТИВ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПИВОВАРНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
Іван Мавдюк <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	67
БЕНЧМАРКІНГ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	

Олег Меньків, Ольга Краузе <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	69
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ	
Петро Мицишин <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	71
БЕНЧМАРКІНГ ЯК МЕТОД ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	
Пельчер М. <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	73
РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	
Віталій Полянок <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	75
АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Віра Серединська <i>Тернопільський національний економічний університет</i>	77
ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ З ПОЗИЦІЙ УЧАСНИКІВ РИНКУ	
Тарас Урбановський, Ольга Краузе <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	79
ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	
Володимир Фалович, Андрій Нестайко <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	81
КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Володимир Фалович, Олена Чувашова <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	83
ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ	
СЕКЦІЯ	
«ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА»	
Ольга Возняк <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	85
АКТУАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ	
Лілія Горбаль <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	87
СИСТЕМА ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ	
Євгеній Загалюк <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	89
АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ МЕРЕЖІ Й ЗАСОБІВ	

СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖ ТЗОВ «САХАРА»	
Надія Коваль	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	79
УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Оксана Кравець, Оксана Бурліцька	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	95
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ «МЕРЧАНДАЙЗИНГ»	
Ірина Кучма	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	97
РОЗРОБКА ЛОГІСТИЧНИХ ЗАСАД В СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Аліна Немчицька	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	97
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА	
Андрій Панас	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	100
КОМУНІКАЦІЙНІ ФУНКЦІЇ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ	
Марія Притуляк	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	102
ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА	
Дмитро Сичевський	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	104
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ	
Костянтин Стасюк, Лілія Якимишин	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	106
ЛОГІСТИКА В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Христина Стефінів	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	108
ПРОПАГАНДА ЯК МЕТОД ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ	
Володимир Фалович, Вікторія Соломка	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	110
ЛОГІСТИЧНІ МЕТОДИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТОВАРОРУХУ	
Христина Чорній	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	111
ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Лілія Якимишин	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	114
СУЧАСНІ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ЛАНЦЮГА ПОСТАВОК	

СЕКЦІЯ
«РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ ЯК ФАКТОР
ЕКОНОМІЧНОГО ПРОРИВУ»

Ірина Біліца <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ВИД ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ	116
Тетяна Борисова <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ НЕКОМЕРЦІЙНОЇ ТА КОМЕРЦІЙНОЇ СФЕР У КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПЕРСПЕКТИВИ	118
Алла Бурліцька <i>ННІБ НАСБУ, ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА В МАРКЕТИНГУ	120
Юлія Венгер <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> БРЕНДИНГ ЯК ВИСОКОЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ЗАВОЮВАННЯ І УТРИМУВАННЯ СПОЖИВАЧА	122
Наталія Гула <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ПОСТАЧАННЯ	124
Богдан Копач <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> БАНЕРНА РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ В ІНТЕРНЕТ	126
Віктор Крийцула <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ВИКОРИСТАННЯ БРЕНД – МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	128
Маріанна Манявська <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ- ТЕХНОЛОГІЙ	130
Богдана Оксентюк <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ПОНЯТТЯ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ	132
Оксана Пантелімон <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ЕКО-МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА	134

Володимир Пилипів <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	136
РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Неоніла Підставка <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	138
МЕТОДИ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Ірина Седюк <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	140
РОЛЬ БРЕНДУ В СУЧАСНІЙ РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	
Світлана Шпилик <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	142
«AMBIENT MEDIA» У СУЧАСНОМУ РЕКЛАМНОМУ ПРОСТОРІ	
Мар`яна Щітікова <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	144
МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ	
Аліна Яворська <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	146
ОРГАНІЗАЦІЯ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ»	
Оксана Білінська, Надія Голда <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	148
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОГО ЗВЕРНЕННЯ	
Мар`яна Васьків <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	150
ФОРМУВАННЯ СПИСКУ КОНКУРЕНТІВ	
Надія Голда <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	152
МАРКЕТИНГ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ	
Сергій Галушка, Надія Голда <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	154
РОЛЬ РЕКЛАМИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	
Діана Гетун, Оксана Бурліцька <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	156
ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ У СФЕРІ ТОРГІВЕЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ПОСЛУГ	

Віталій Кибало, Надія Голда <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> МОДЕЛЬ М. ПОРТЕРА У ВИЗНАЧЕННЯ ІНТЕНСИВНОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ	158
Оксана Мазан <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЖОРСТКОЇ КОНКУРЕНЦІЇ	160
Олена Максимлюк <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ТОРГОВО-РОЗДРІБНА РЕКЛАМА	162
Галина Луцик <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ІНТЕРНЕТ РЕСУРС ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	164
Галина Машлій <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ	166
Сергій Онишко <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ТУРИСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ	168
Ірина Охват <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ ПОСЛУГ	170
Ірина Піняк <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> РІВЕНЬ ОСВІТИ ЯК ІНДИКАТОР ДОБРОБУТУ СУСПІЛЬСТВА	172
Ірина Сокальська <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> СЕРВІСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	174
Спільник І. <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ	176
Оксана Уліновська <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВАЖАЛЬНОГО БІЗНЕСУ	178

Роман Яремко <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ МОТИВАЦІЙ НА РИНКУ ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ	180
СЕКЦІЯ	
«СТРАТЕГІЧНІ МАРКЕТИНГОВІ РІШЕННЯ І СУЧАСНІ ТЕОРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ»	
Вадим Антошків <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ІНФОРМАЦІЯ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	182
Наталія Бараннікова <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНОМУ НАУКОВО- ТЕХНІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	184
Зоряна Бугера <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	186
Інна Гончаровська <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ	188
Віталій Драй <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ТОВАРНА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ РИНКУ	190
Оксана Заворотна <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> АКТУАЛЬНІ ВЕКТОРИ АСОРИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ	192
Інна Мар'янчук <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОЦЕСУ ПОСТАЧАННЯ ЯК ОБ'ЄКТУ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ	194
Ірина Мирон, Ольга Краузе <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	196

Ірина Піняк, Неоніла Музя <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	198
АНАЛІЗ ІНДЕКСІВ ТА ПОКАЗНИКІВ ДОБРОБУТУ КРАЇНИ З ТОЧКИ ЗОРУ ЇЇ РІВНЯ ОСВІТИ	
Валентина Омелянюк <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	200
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	
Ярослава Пекельна <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	202
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Наталія Рожко <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	204
ОСНОВНІ ОБ'ЄКТИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА	
Сніжана Скоробогата <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	206
РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ФІРМИ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ	
Марина Стахів <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	208
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Роман Федорович <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	210
ВИБІР ФУНКЦІЙ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ	
Роман Фроленко <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	212
АНАЛІТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ	
Ірина Химич <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	214
СУЧАСНІ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ	
Наталія Юрик, Оксана Шпак <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	216
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
СЕКЦІЯ	
«ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА»	
Мар'яна Бабій <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	218
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ	

ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Надія Банах, Ярослав Штокало	
<i>Тернопільський національний економічний університет</i>	220
ТЕХНОЛОГІЯ ПОШУКУ ТА ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ	
Віталій Гелетюк	
<i>Тернопільський національний економічний університет</i>	222
ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЛОВОЇ ОЦІНКИ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ	
Марія Дробович	
<i>Тернопільський національний економічний університет</i>	225
ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА МАЛОМУ ПІДПРИЄМСТВІ: СТАН, ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ	
Христина Кирич	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	227
ІННОВАЦІЙНІ ЕRM-СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	
Валерія Коротя, Ярослав Штокало	
<i>Тернопільський національний економічний університет</i>	229
СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Наталія Мазурок	
<i>Тернопільський національний економічний університет</i>	231
ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ	
Галина Машлій	
<i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i>	233
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФІНАНСОВИХ МЕНЕДЖЕРІВ ПІДПРИЄМСТВ	
Олена Остапчук	
<i>Тернопільський національний економічний університет</i>	235
РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ ТА ІНШИХ ДЕРЖАВАХ	
Ірина Полигач	
<i>Тернопільський національний економічний університет</i>	237
МОТИВАЦІЯ ЯК ЧИННИК, ЩО ВПЛИВАЄ НА АКТИВНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ	
Лілія Рихлевич	
<i>Тернопільський національний економічний університет</i>	240
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	

Свистун Оксана <i>Тернопільський національний економічний університет</i> ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ	243
Оксана Хома <i>Тернопільський національний економічний університет</i> АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ВИКОРИСТАННЯ РОБОЧОГО ЧАСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	246
Наталія Юрик, Ірина Котовська <i>ТНТУ ім. Івана Пулюя</i> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	249
Наталія-Марія Юськів, Станіслава Прохоровська <i>Тернопільський національний економічний університет</i> ПЕРСОНАЛ ЯК ФАКТОР СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	251