

**Ministry of Education and Science, Youth and Sport of Ukraine
Matei Bel University
Faculty of Economics
Department of Corporate Economics and Management
Donetsk National University of Economics and Trade
after Mihail Tugan-Baranovsky
Department of international economy
Department of Marketing and Commerce**

**THE III INTERNATIONAL
SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
OF TEACHERS, POST-GRADUATE STUDENTS
AND STUDENTS**

**“MARKETING ON THE INTERNATIONAL
MARKETS OF COMMODITIES AND SERVICES:
GLOBAL ASPECTS ”**



Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України

Університет Матея Бела
Економічний факультет
Кафедра корпоративної економіки та менеджменту

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
Кафедра міжнародної економіки
Кафедра маркетингу і комерційної справи

III Міжнародна науково-практична конференція
викладачів, аспірантів і студентів

**“ МАРКЕТИНГ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ:
ГЛОБАЛЬНІ АСПЕКТИ ”**

21-23 лютого 2012 р.

ТОМ II

Україна - Словаччина
2012 р.

ББК 65.298-32

© Колектив авторів, 2012 рік

У збірнику опубліковані тези доповідей викладачів, аспірантів і студентів, які беруть участь у роботі III Міжнародній науково-практичній конференції викладачів, аспірантів і студентів "Маркетинг на міжнародних ринках товарів і послуг: глобальні аспекти".

Тематика тез доповідей присвячена вирішенню широкого кола питань, що стосуються подолання економічної кризи в країнах Європейського Союзу, визначення стану та тенденцій розвитку світової торгівлі, а також проблемам міжнародного маркетингу.

Збірник тез доповідей призначено для викладачів, аспірантів і студентів всіх ВНЗ, у тому числі економічного, гуманітарного, технічного профілів, широких кіл громадян.

ISBN 978-966-2991-83-3

© *Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2012 рік*

СЕКЦІЯ 2

**ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК
РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ**

**GLOBALIZATION AND ITS INFLUENCING ON DEVELOPMENT OF
MARKETS OF COMMODITIES AND SERVICES**

Кривонос А.А.

Научный руководитель: Шубин А.А., д.э.н., профессор
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И БРЕНДЫ

Мы постоянно пользуемся преимуществами, порождаемыми открытостью рынков, свободой торговли и интернационализацией, но большинство людей, уверены, что именно процесс глобализации несет вину за неравное положение стран. Бренды превращаются в ответственных за крайности глобализации. Аргументация противников глобализации стала главным политическим и социальным мотивом. Бренды и их создатели обвиняются в манипулировании желаниями, пагубном влиянии на детей, уничтожении природы, использовании финансовых и политических рычагов для организации контроля, нивелирования культурных различий и эксплуатации беднейшей части населения мира для создания вещей, которые потребители хотят иметь.

Такая активная критика брендов представляет серьезную опасность, которая становится все более реальной, потому что главные их защитники — в основном крупные транснациональные корпорации — слишком слабо проявляют готовность обороняться.

Бренды являются важным индикатором здоровья экономики. Фундаментальная сущность бренда состоит в том, что он позволяет продемонстрировать отличие одних продуктов и услуг от других. Бренды

продолжається. А в арсеналі компаній, вишедших победителями в боротьбі з кризисом, важное место занимали выставки. Ярмарки и выставки – не единственное оружие, но одно из самых эффективных [4].

Итак, рекомендации для тех компаний, которые ищут выход из создавшейся кризисной ситуации в выставочной индустрии: рекламируйте себя, участвуйте в отраслевых форумах, заявляйте о себе и своих предложениях, консолидируйтесь с конкурентами, возьмите на вооружение лучшее из того, что делают другие.

1. Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга. – М., 2000.
2. Роль выставок и ярмарок в продвижении товара // Практический маркетинг – 2001 - №3
3. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации - Москва. 2007.
4. Коноплев В.Т. «Международный маркетинг».- Донецк : Юго-Восток, 2000.- 320 с.

Князевич А.О., к.е.н., доцент кафедры менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету

СТАНОВЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Визначальний вектор розвитку світової економіки направлений на інтеграцію та тісну взаємодію локальних (національних) ринків праці, капіталів, товарів та послуг. Глобалізаційні процеси носять всеохоплюючий характер та справляють потужний вплив на всі сторони життєдіяльності сучасного суспільства. Характерною та одночасно визначальною рисою таких процесів є помітна інтенсифікація руху капіталів, що направляються у найрентабельніші галузі національної економіки, швидкий розвиток фінансових ринків, які генерують та перерозподіляють потужні фінансово-інвестиційні ресурси, відбувається активізація ринків інновацій.

Задекларований Україною стратегічний курс на інтеграцію в європейське співтовариство повинен базуватися передусім на інноваційній моделі розвитку економіки, що вимагає формування і реалізації відповідної державної політики [1]. Така модель повинна стати основою та одночасно

системою комплексу ефективних дій для здійснення інноваційної структурної перебудови економіки України.

Мета дослідження полягає в аналізі стану та можливих тенденцій розвитку вітчизняного підприємницького сектору економіки в умовах здійснення глобалізаційних процесів та зростаючих конкурентних відносин.

Об'єктивний аналіз теорії підприємництва вказує на існування у ній визначального методологічного підходу, згідно з яким підприємницька діяльність взаємопов'язана з інноваціями. Так, у своїй фундаментальній праці «Теорія економічного розвитку» [2] всесвітньо відомий вчений-економіст Йозеф Алоїз Шумпетер розкрив внутрішній механізм технологічних змін, створив цілісну теорію розвитку інноваційного типу. Теоретико-методологічне підґрунтя теорії підприємництва, запропоноване Й. Шумпетером століття назад практично не зазнало якісних змін (свідчення абсолютної науковості) і, беззаперечно, підтверджує повну неможливість існування підприємства як окремого сектору економіки без ознак інноваційності.

Розглядаючи необхідність створення в Україні підприємницького сектору, який би повною мірою був здатний конкурувати на світових ринках капіталів, товарів, послуг, робочої сили приходимо до висновку про необхідність зміни ціннісно-пріоритетних позицій у цьому напрямку як представників органів центральної, регіональної, місцевої влади, так і власне самого вітчизняного бізнесу.

Неефективність управлінської діяльності щодо інноваційної політики розкривається через суб'єктивізм механізму прийняття рішень та лобіювання вузькокорпоративних інтересів. Узагальнення причин повільного наповнення вітчизняного підприємництва інноваційним змістом дозволяє стверджувати про існування проблеми, передусім, у відсутності повноцінних інноваційних національних систем – сукупності взаємопов'язаних структур, зайнятих виробництвом і комерціалізацією наукових знань і технологій у межах національних кордонів.

Таким чином, глобалізаційні економічні процеси, що мають місце в Україні та світі, формують необхідність глибоких структурних змін майже в усіх галузях національної економіки на основі інноваційного підходу шляхом залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвестиційних ресурсів.

1. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV (із зм. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – ст. 266.

2. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия [пред. В. С. Автономова] / Й. А. Шумпетер. – М. : ЭКСМО, 2007. – 864 с.

Ковтун А. И.

Научный руководитель: Луговская И.А., к.э.н., доцент
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского

ПОРТРЕТ УКРАИНСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ХОЛДИНГА «ЗОЛОТОЙ УРОЖАЙ»)

С появлением социально-этического маркетинга во второй половине 70-х годов предприятия все большее внимание начали уделять потребителю и его потребностям. Одним из важнейших инструментов для ведения доходного бизнеса, то, с чего начинается любая маркетинговая кампания является портрет, или профиль потребителя. Однако составить раз и навсегда портрет потребителя, при этом не обновляя данных и не проводя соответствующие маркетинговые исследования невозможно, так как все время появляются все новые и новые тенденции потребления.

Даже к таким продуктам повседневного спроса, как хлебобулочные изделия меняются не только вкусы потребителя, но и его портрет. Например, во времена СССР к хлебу, как и к большинству других продуктов применялся массовый маркетинг («Трудящиеся! Не страшны дороговизна и нзп – покупайте дешевый хлеб во всех магазинах и киосках Моссельпрома в двух шагах от любого дома! В. Маяковский, А. Родченко 1923г. »). Однако на сегодняшний день вкусы и требования потребителей к хлебобулочной продукции настолько рознятся между собой, что составление профиля потребителя является одной из главных задач любого хлебопекарного предприятия.

Рассмотрим основные черты современного потребителя хлеба на примере холдинга «Золотой урожай», который в настоящее время является одним из главных поставщиков хлебных изделий по Донецкой области. В

ходе маркетингового исследования были выявлено, что из 200 опрошенных основными покупателями хлеба являются женщины – 69 %, однако 31 % составляют мужчины, что тоже считается значительным сегментом потребления.

Относительно возрастных границ, можно сделать вывод, что люди среднего возраста покупают хлебобулочные изделия чаще, чем молодежь (5,5%) и люди пожилого возраста (15,5%). Из чего следует вывод, что молодые люди до 18 лет еще не имеют собственных семей, а пожилые люди возрастом более 65 лет или живут одни, или уже не имеют нескольких членов семьи. Поэтому частота покупки хлебобулочных изделий у них значительно ниже, чем у людей среднего возраста.

Не менее актуальным является анализ влияния на покупку социального положения потребителей, в ходе которого была выявлена взаимосвязь между социальным статусом и потребностью в хлебе, как в продукте первой необходимости. У рабочих (25%), как и у других людей, занятых тяжелым физическим трудом потребность в хлебе, как в высококалорийном и стратегическом продукте питания, значительно выше, чем у людей занятых умственным трудом (например, руководитель – 4,5%).

Проанализировав среднемесячный семейный доход и сопоставив эти данные с составом семьи потребителя, можно сделать вывод, что на одного члена семьи в месяц приходится 1300 грн, что незначительно превышает минимальную заработную плату 1134 грн на 1 декабря 2012г.

Таким образом, для понимания целевой аудитории, ее особенностей, потребностей, тенденций к изменениям и развитию составим портрет потребителя. Хлебобулочную продукцию холдинга «Золотой урожай» чаще покупают женщины в возрасте от 45 до 65 лет, с среднемесячным семейным доходом от 2600 до 3900 грн (приблизительно до 1300 грн на одного члена семьи из 3 – 39,5%). Относительно социального положения, занимаемого в обществе, они чаще всего относятся к сегменту рабочих.

**ЗМІСТ
CONTENTS**

СЕКЦІЯ 2

**ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК
РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ**

**GLOBALIZATION AND ITS INFLUENCING ON DEVELOPMENT OF MARKETS OF
COMMODITIES AND SERVICES**

1. Кривонос А.А. 3
Научный руководитель: Шубин А.А., д.э.н., профессор
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михайла Туган-Барановского

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І БРЕНДИ

2. Азарян А.А. 5
Донецкий державний університет управління

**ІНВЕСТИЦІЙНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО
РИНКУ НЕРУХОМОСТІ**

3. Азарян К.А. 7
Гижко І. М., ст. викладач
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михайла Туган-Барановського

**ВЕКТОРНИЙ ПІДХІД ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ
СФЕРИ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

4. Айдарова Л.В., асистент кафедри експертизи в митній справі 9
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михайла Туган-Барановського

АНАЛІЗ РИНКУ ПИВА В УКРАЇНІ

5. Агафоненко О.Ю. 11
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Донецкий державний університет управління

**ТЕРИТОРІАЛЬНІ ПЕРЕВАГИ РЕГІОНУ ЯК ФАКТОРИ
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

6. Ахновська І.О., Тофан А.Л. 13
Донецкий национальный университет

**НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ**

7. Ахунзянов А.В. 15
Донецкий государственный университет управления
Научный руководитель: д.э.н., проф. Азарян Е.М.

**РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СЕТЕЙ
НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ**

8. Бандура М.В., к.е.н., доцент 17
Донецкий национальный университет

КРИЗА В РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

9. Беленькая Ю.А. 19
Донецкий государственный университет управления
Научный руководитель: д.э.н., проф. Азарян Е.М.

**ЕСТЕСТВЕННЫЕ МОНОПОЛИИ КАК ФАКТОР
СБАЛАНСИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ И
РЫНКОВ**

10. Білошаненко О.А., здобувач 21
Луганський національний аграрний університет

**ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ
ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

11. Берлізова Г. С. 23
Артюхіна М. В., к.е.н., доцент
Слов'янський державний педагогічний університет

**СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

12. Біловодська О.А., к.е.н., доцент 25
доцент кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю,
Сумський державний університет

**УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ У СИСТЕМІ
РОЗПОДІЛУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

13. Boiko A. I. 27
Chertok N. A., senior teacher
Donetsk national university of economics and trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

ONLINE ADVERTISING'S MODERN PECULIARITIES

14. Болдышева Т.Ю., Ковалёва М.В. 28
ВНУ ім.В.Давля

**ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТКЕ РЫНКА
СТРАХОВИХ УСЛУГ**

15.	Бородаєнко Н. В., к.э.н., доцент Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	30
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ		
16.	Бугаєв Д.С. Научный руководитель: Ткаченко Л.В., к.г.-м.н., доцент Днепропетровский Университет имени Альфреда Нобеля	31
МАРКЕТИНГ В СТРАХОВАНИИ		
17.	Будзаков Л.М. здобувач кафедри «Міжнародна економіка» Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, м. Луганськ	33
ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ВИРОБНИЧОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ		
18.	Бутченко В.О., Пархаєва Н.В., к.т.н. Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	35
ОСНОВЫ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА И СОТРУДНИЧЕСТВО С НИМ		
19.	Бутченко В.О., Радкевич Л.А., к.е.н., проф. Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	37
СПОСОБИ БОРЬБЫ С ИНОСТРАННЫМИ КОНКУРЕНТАМИ		
20.	Valkovcová K. Prof. Ing. Jaroslav Ďaďo, PhD. Faculty of Economics, Matej Bel University	39
THE INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON THE PROCESS OF MARKETING PLANNING IN COMPANIES		
21.	Васильченко А.О. Донецкий державний університет Науковий керівник: Белявцев М.І., к.е.н., профессор	40
КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ ОПЕРАТОРІВ БУДІВЕЛЬНОГО РИНКУ ЯК ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ		
22.	Anna V. Veriga PhD in Economics, Associate professor Donetsk State University of Management	42

THE CRISIS OVERCOME EXPERIENCE ON A GLOBAL FOREIGN EXCHANGE MARKET		
23.	Вольвач В.Т. Научный руководитель: Литвиненко О.Г., ст. преподаватель Днепропетровский университет им. А. Нобеля	44
ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ ПРИ ПОМОЩИ ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЙ		
24.	Гаркуша Д.В. Научный руководитель: к.э.н., профессор Локтев Э.М. Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	45
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОЗНИЧНЫХ СЕТЯХ		
25.	Гаркуша Е.А. Назаренко К.В., преподаватель Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля	47
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ПРОБЛЕМЫ УКРАИНЫ		
26.	Горянская Т.В., к.э.н., доцент кафедры «Учет и аудит» Донецкий государственный университет управления	49
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТОВАРНОЙ СТРУКТУРЫ ЭКСПОРТА УКРАИНЫ		
27.	Гужавіна І.В., к.е.н. Донецкий державний університет управління	51
АНАЛІЗ СТАНУ ПЛАТІЖНОГО БАЛАНСУ УКРАЇНИ		
28.	Давыденко В.Н. Трунина И.М., канд. экон. наук, доцент кафедры международной экономики Восточноукраинский национальный университет имени Владимира Даля	53
INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON THE INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT		
29.	Давыденко Н.М. Морозова Н.И., к.э.н., ст. преподаватель Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	55
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ТУРИЗМ		

30.	Дегтярёва Ю.В. Научный руководитель: Волокитина Л.А., к.э.н., доцент Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	56	37.	Зенина И.Б., к.э.н., Бугченко В.О. Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	69
	ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА И НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА			ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА КАК РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ	
31.	Дмитренко Г.В., д.и. з держ. упр.	58	38.	Зінченко О.А. Донецкий институт железнодорожного транспорта	71
	ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛЮ В СИСТЕМІ КАЗНАЧЕЙСТВА			ТЕОРІЯ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ В ДОСЛІДЖЕННІ ПРОЦЕСІВ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ	
32.	Должанський С.І. Науковий керівник: Азарян О.М., д.е.н., професор Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	60	39.	Іванова Н.В., к.е.н., доцент Чернігівський державний технологічний університет	72
	СВІТОВИЙ РИНОК ЗОЛОТА			ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
33.	Доценко А.А. Научный руководитель: д.э.н., проф. Азарян Е.М. Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	62	40.	Ішкова Е.Н. Рябченко Н.А., д.б.н., професор Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	74
	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКИХ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ			ВЛИЯНИЕ БИОТИЧЕСКОГО ФАКТОРА СРЕДЫ НА КАЧЕСТВО И ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ ЗЕРНА ОЗИМОЙ ПШЕНИЦЫ	
34.	Дуріхіна О.В. здобувач кафедри маркетингу Пилипчук В.П., к.е.н. проф. ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"	64	41.	Казакова О.Б., к.е.н., доцент Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского	76
	КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОДУКЦІЇ			НАПРЯМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РОЗДРОБУ	
35.	Жегус О.В., к.е.н., доц. Харківський державний університет харчування та торгівлі	65	42.	Калинина Н.Н. Дейнека А.Г., профессор, д.э.н. УкрГАЗТ Донецкий институт железнодорожного транспорта	78
	РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ			ПРОБЛЕМЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДОНЕЦКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ	
36.	Зеленская В.А. Литвиненко О.Г., ст. преподаватель Днепропетровский университет им. А. Нобеля	67	43.	Кендрохов О.В., д.е.н., профессор Файвішенко ДС., к.е.н. ст. викладач Донецкий национальный университет экономики та торгівлі імені Михаила Туган-Барановського.	80
	ВАЖНОСТЬ СОЗДАНИЯ БРЕНДА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ			ГЛОБАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ: ПРОБЛЕМИ, ПРІОРИТЕТИ, ТЕНДЕНЦІЇ	
			44.	Кендрохов О.В., д.е.н., профессор Файвішенко ДС., к.е.н. ст. викладач	82

Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган – Барановского

**СУЧАСНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛЬНОГО
РОЗВИТКУ БРЕНДИНГУ**

45. Кирилюк Л.Л. 84
Научный руководитель: Локтев Э.М. к.е.н., профессор
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

**КРИЗИС В ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ И
РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЮ**

46. Князевич А.О., к.е.н., доцент кафедры менеджменту 86
Рівненського державного гуманітарного університету
**СТАНОВЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В
УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**
47. Ковтун А. И. 88
Научный руководитель: Луговская И.А., к.э.н., доцент
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

**ПОРТРЕТ УКРАИНСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ
ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ
ХОЛДИНГА «ЗОЛОТОЙ УРОЖАЙ»)**

48. Козлов В.С., Фінагіна О.В., д.е.н. 90
Донецкий институт железнодорожного транспорта

**ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ
РЕГІОНІВ ЗА РАХУНОК УДОСКОНАЛЕННЯ СЕГМЕНТІВ
ТРАНСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

49. Kolos I., Yerysh L. 91
Donetsk National University of Economics and Trade
named after M. Tugan-Baranovsky

**EFFECT OF INFLATION PROCESSES ON THE DEVELOPMENT
OF DOMESTIC TRADE IN UKRAINE**

50. Kolos I., Yerysh L. 93
Donetsk National University of Economics and Trade
named after M. Tugan-Baranovsky

**THE ROLE OF SMALL BUSINESSES IN THE ECONOMY OF
UKRAINE**

51. Колотий В.А., соискатель 95
научный руководитель к.э.н., проф. Саркисян Л.Г.
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени

Михаила Туган-Барановского

**НЕОБХОДИМОСТЬ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА ПРИ ОЦЕНКЕ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ**

52. Комова Н. В., к. фил. н., доцент 97
Красноярский государственный медицинский университет имени
профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого
Погребняк В.Г., д. техн. н., профессор
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС – БЛАГО?

53. Консва Ю.О. 99
Фінагіна О.В., д.е.н., профессор
Донецкий институт железнодорожного транспорта

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОГО РИНКУ
УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

54. Коробка Ю.А. 100
Научный руководитель: ст. преподаватель Юсифова Э.Р.
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

ОНЛАЙН-ОПРОСЫ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

55. Крапівіна Г. О., к.держ.упр., доцент 102
Донецкий институт рынка та соціальної політики

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК РИНКУ
ВОЛОНТЕРСЬКИХ ПОСЛУГ**

56. Криковцева Н.О., Пронькина Н.В. 104
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

**ТЕОРЕТИЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕОРІЇ ІНТЕГРОВАНОГО
МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКУ**

57. Krotynova K.A., post-graduate student 105
Yerysh L.O., the senior teacher
DonNUET named after M. Tugan-Baranovsky

**THE GLOBALIZATION OF PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF
THE MARKET OF PERSONAL DIRECTION PRODUCT**

58. Кузнецова Н.Н., канд. экон. наук, доцент 107
Одесский национальный экономический университет

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ГОСТИНИЧНОГО БІЗНЕСА В УКРАЇНІ

59. Лаврухина О.И. 109
 Научный руководитель: Пархаева Н.В., к.т.н., доцент
 Донецкий национальный университет экономики и
 торговли имени Михаила Туган-Барановского

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ЛОГИСТИКИ В
 УКРАИНЕ**

60. Леонова Е.В. 110
 Научный руководитель: Моисеева Л.В.,
 преподаватель высшей категории
 Славянский колледж
 Национального авиационного университета

**ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
 РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

61. Литвинова Е.В., канд. биол. наук; ст. и сотр. 112
 Посылкина О.В., канд. экон. наук, докт. фарм. наук, профессор
 Национальный фармацевтический университет, Харьков

**АКТУАЛЬНОСТЬ ПЕРЕХОДА УКРАИНСКИХ
 ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ НА
 ИННОВАЦИОННУЮ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ
 ГЛОБАЛИЗАЦИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА**

62. Ліхтер Г.М. 113
 ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

**ВПЛИВ СТРУКТУРИ СУКУПНИХ ВИТРАТ НАСЕЛЕННЯ
 НА РОЗВИТОК СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

63. Лутай А.П., к.е.н., доцент 115
 Донецький національний університет економіки і торгівлі
 імені Михайла Туган-Барановського

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

64. Любая А. 118
 Научный руководитель: Файвишенко Д.С. к.э.н., ст. преподаватель
 Донецкий национальный университет экономики
 и торговли имени Михаила Туган – Барановского

**КРИЗИС БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ:
 МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК**

65. Малько А. Г., Научный руководитель: к.э.н., доцент Зенина И. Б. 119
 Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
 Михаила Туган-Барановского

**ИМИДЖ В СИСТЕМЕ PR-КОММУНИКАЦИИ
 МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ**

66. Малько А. Г. 121
 Научный руководитель: Морозова Н. И., ст. преподаватель
 Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
 Михаила Туган-Барановского

**ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ
 ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ**

67. Мамедов З.Э. 123
 Рожков В.В., ст. преподаватель
 Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
 Михаила Туган-Барановского

МИРОВОЙ РЫНОК И МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

68. Мамулашвили Т. О. 125
 Научный руководитель: к.э.н, доц. Волокитина Л. А.
 Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
 Михаила Туган-Барановского

**ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ
 ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ
 ГЛОБАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

69. Мартинович В.Г. 127
 Донецький інститут залізничного транспорту

**ПОШИРЕННЯ МІСЦЯ ТА РОЛІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ
 У СИСТЕМІ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА
 МАРКЕТИНГУ**

70. Matviychuk A.V., graduate student 128
 Donetsk National University of Economics and Trade
 named after Mikhail Tugan-Baranovsky
**WINE MARKET OF UKRAINE: THE PRESENT STATE AND
 PROSPECTS**

71. Митяева М.С. 130
 Пичугина Т.С., д.э.н., профессор
 Харьковский государственный университет
 питания и торговли

**МЕЖДУНАРОДНАЯ МИГРАЦИЯ КАПИТАЛА И ЕЁ
 ВЛИЯНИЕ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ**

72. Михайлова М.В., аспирантка 131
 Науковий керівник: Жегус О.В., канд. экон. наук, доцент
 Харківський державний університет харчування та торгівлі

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК РИНКУ
 РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

73. Могилова А.Ю., канд. екон. наук, доцент
Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара 133

ПРИЧИННО-НАЛІДКОВИЙ ЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА, КАПІТАЛІЗАЦІЇ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ

74. Molnar K.O.
Scientific supervisor; Volovyk N.A.
Donetsk National University of Economics and Trade
named after M.Tugan-Baranovsky 135

HOW GLOBALIZATION AFFECTS DEVELOPED COUNTRIES

75. Мязновский А.В.
Морозова Н. И., к. э. н., ст. преподаватель
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского 137

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ РЫНКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ

76. Назаренко К.В., викладач
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля 139

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

77. Нестеренко А. Д.
Орлова В. А., к. е. н., доц.
Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского 140

РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ВОЗДЕЙСТВИЕМ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

78. Нестругина Е.С., аспірант
Купцова Е.Ю., научный сотрудник
Научный руководитель – Чичикало Н.И., д.т.н., профессор
ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет» 143

СИСТЕМА КОНТРОЛЯ ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОЛОЖЕНИЯ БИОЛОГИЧЕСКИХ И ДРУГИХ ОБЪЕКТОВ

79. Олініченко К.С., асистент
Харківський державний університет харчування та торгівлі 145

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГА ВРАЖЕНЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

80. Оніщенко І.Г., д.пол.н., професор
кафедри міжнародної економіки НУХТ 146

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ НА ПОЛИТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

81. Панченко Р.В.
Назаренко К.В., викладач
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля 148

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЯК РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

82. Панюк Т. П.
Гуткевич С. О. д. е. н., професор
Рівненський державний гуманітарний університет 150

РИНОК ПРАЦІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

83. Перекрестов М.В.
Меркулова А.В., к.э.н., доцент
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского 151

ОФФШОРНЫЙ БИЗНЕС В УКРАИНЕ

84. Плахтиенко Д. А.
Орлова В.А. к.е.н., профессор
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского 153

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ БАНКОВСКИХ УЧЕРЕЖДЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

85. Познякова Н.Ю.
Локтев Э.М., к.э.н., профессор
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского 155

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ НА ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ УПРАВЛЕНИЯ

86. Поповиченко Г.С., асистент
Кочетков О.В., к.е.н., доцент
Луганський національний аграрний університет 157

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

87.	Проніна Г.О. Науковий керівник: Айдарова Л.В., асистент кафедри експертизи в митній справі Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського	159
СВІТОВИЙ РИНОК ВИН		
88.	Пронькіна Н.В. Научний керівник: Крачковская Н.В., ст. пр. Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського	161
ПОЛОЖЕНИЕ ИНТЕГРИРОВАННОГО МАРКЕТИНГА В КОНЦЕПЦИИ ХОЛИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ		
89.	Рад Н.С., к.е.н., ст. викладач Донецький Національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського	163
РОЗВИТОК ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ І ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ ФІНАНСОВОЇ ЗБАЛАНСОВАНОСТІ		
90.	Раковская-Башмакова О.С. Полова Л.А., канд.еко.наук, профессор Харьковский государственный университет питания и торговли	165
ФИНАНСОВАЯ ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ		
91.	Регіня О.О. Толмачова О.В. Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського	167
АНАЛІЗ НОВИХ ПДВ-ПІЛЬГ ТА ЇХ ВПЛИВУ НА ПЛАТНИКІВ ПОДАТКІВ		
92.	Родін О.А. Олифиров В.П., к.е.н., доцент Институт последипломного образования ДонНУЕТ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	169
93.	Родіонов О.В., д.е.н. Луганський національний аграрний університет	171
НЕМАТЕРІАЛЬНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ		

94.	Родіонова О.Ю., к.е.н. Луганський національний аграрний університет	172
СОЦІАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ПАРТНЕРСТВО НА ПІДПРИЄМСТВАХ		
95.	Романенко А. С. Научний керівник: Гелубничая С.Н., к.б.н., доц. Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського	174
СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП ГЛОБАЛИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ		
96.	Росохата А. С. аспірантка кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Науковий керівник: к.е.н. Ілляшенко Н. С. ст. викладач кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю. Сумський державний університет	176
ВПЛИВ ТЕНДЕНЦІЙ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СТАН ПРОГНОЗУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ		
97.	Саєнко І.В., Назаренко К.В., преподаватель Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля	177
ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ КАК ОСНОВА МАРКЕТИНГА ОТНОШЕНИЙ		
98.	Салогубова В.М., канд. екон. наук, доцент Смирная С.М., канд. екон. наук, доцент Східноукраїнський національний університет імені Володимира Дала	179
РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ БОЛОНСЬКОЇ ДЕКЛАРАЦІЇ		
99.	Смородинова О.С. Научний керівник: Азарян Е.М., д.э.н., профессор Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського	181
ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ – ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ		
100.	Смородинова О.С. Научний керівник: Лыкова А.И., старший преподаватель Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського	183

	ГЛОБАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА: ВОЗМОЖНОСТИ СЕТИ ИНТЕРНЕТ	
101.	Соводник М.П., к.е.н. провідний науковий співробітник ДУ «Інститут економіки та прогнозування НА України»	185
	МАКРОЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ УКРАЇНИ	
102.	Soloha D.V. Ph. Dr. (Economics), Donetsk State University of Management, Ukraine	187
	POSITIONING OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF DONETSK REGION OF UKRAINE IN THE WORLD GLOBALIZED SPACE	
103.	Сотвичук Г.С. Назаренко К.В., викладач Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля	189
	ВИКОРИСТАННЯ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГІЇ ЯК РУШІЙНОЇ СИЛИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СПІВТОВАРИСТВА	
104.	Спивак Є.М., к.е.н., доцент Луганський національний аграрний університет	191
	ВПЛИВ РІВНЯ МОНОПОЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	
105.	Спивак С.И., к.э.н. доцент Луганский национальный аграрный университет	192
	СОСТОЯНИЕ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА	
106.	Стогнушенко Ю.О. Гришук Т.И., старший преподаватель Днепропетровский университет им. Альфреда Нобеля	194
	ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ РЫНКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ	
107.	Сушенко О.А., к.е.н., доц. Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, м. Луганськ	196
	ГЛОБАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ	

108.	Тертична Н.В., к.е.н., доцент Луганський національний аграрний університет	198
	ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ ТА МІНІМІЗАЦІЇ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ	
109.	Ткаленко А.С., Ягнюк І.М., к.е.н. Макіївський економіко-гуманітарний інститут	200
	СУТНІСТЬ І ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	
110.	Ткаченко Л.В., к. г.-м. н., доцент, Саєнко І.В. Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля	201
	ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ	
111.	Токарева Г.В. к.е.н., доц. Деречинський Ю.Н. Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ «ДОННТУ»	203
	ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
112.	Тюпін О. С. Артюхіна М. В., к.е.н., доцент Слов'янський державний педагогічний університет	205
	ДІАГНОСТИКА МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
113.	Файвішенко Д.С. к.е.н. ст. викладач Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган – Барановського	206
	ГЛОБАЛЬНИЙ БРЕНДИНГУ В УМОВАХ ЙОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	
114.	Файвішенко Д.С. ст. преподаватель Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган – Барановського	208
	ГЛОБАЛІЗАЦІЯ БРЕНДИНГУ НА РИНКУ МОЛОЧНИХ ТОВАРІВ	
115.	Файвішенко Д.С. к.е.н., ст. викладач, Рожков В.В. Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган – Барановського	210
	ТЕХНОЛОГІЇ БРЕНДИНГУ В УМОВАХ ВСЕСВІТНЬОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
116.	Файвішенко Д.С. к.е.н., ст. викладач Ягельська К, к.е.н., доцент	212

Донецький національний технічний університет

**ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ
ГЛОБАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ**

117. Филоненко А.Д. 213
Голубничка С.М. к.б.н., доц.
Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М.
Туган-Барановського

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У
КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

118. Харіна К.В. 215
Донецький інститут залізничного транспорту

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ЕКОНОМІКИ**

119. Худолій Л.М., д.е.н., проф. 217
Національний університет
біоресурсів і природокористування, м. Київ

**ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І РЕГУЛЮВАННЯ
РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОЇ І ПРИРОДООХОРОННОЇ
СФЕР УКРАЇНИ**

120. Чакрыгіна Е. С. 219
Научный руководитель Голубничка С.Н., к. б. н., доцент
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган – Барановского

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ІНДУСТРИЇ ТУРИЗМА

121. Часовський С.А., к.е.н., доц. 221
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, м.
Луганськ

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СТАНОВЛЕННЯ ТА КОРЕЛЯЦІЮ
ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ**

122. Чепеленко А.М. к.е.н., доцент 223
кафедри економіки підприємств та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія

КНР: ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

123. Чернышова А.С., аспирант, 225
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ

ИЗДЕЛИЙ ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА В УКРАИНЕ

124. Чеченсва Е.Р. 227
Заглада Р.Ю., к.е.н., доц.
Автомобильно-дорожный институт
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

**ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОЇ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

125. Шапошников А.Ю. 228
Научный руководитель: к.э.н., доцент Загорная Т.О.
Макеевский экономико-гуманитарный институт

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

126. Шевченко Т.С. 231
Научный руководитель: Юсифова Э.Р., старший преподаватель
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

**ЦВЕТ В РЕКЛАМЕ: ВАЖНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ,
ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ**

127. Шелудяков С.С. 232
Научный руководитель: Кривонос А.А., ассистент
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган – Барановского

СОВРЕМЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ

128. Шимко О.В. 234
к. е. н., доцент кафедри менеджменту
Рівненський державний гуманітарний університет

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА У
ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

129. Штена А.А. 236
Чичикало Н.И., д.т.н., профессор
Донецкий национальный технический университет
г. Донецк, Украина

**ИНФОРМАЦИОННО-ИЗМЕРИТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА
СОПОСТАВИМЫХ ИЗМЕРЕНИЙ РАЗНОРОДНЫХ
МЕДИКОДИАГНОСТИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ**

130. Шульженко Л.О., к.е.н. 238
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля

**СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ПІДПРИЄМСТВ-КОНКУРЕНТІВ:
ПЕРЕВАГИ ТА ЗАГРОЗИ**

131. Герасименко І.М., к.е.н. 240
ВІНЗ «Макіївський економіко-гуманітарний інститут»

ТЕНДЕНЦІЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКІВ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

132. Юсифова Э.Р. 241
Научный руководитель: д.э.н., профессор Азарян Е.М.
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

133. Яглюк И. М., к.э.н. 243
Макеевский экономико-гуманитарный институт

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ
УКРАИНЫ**

134. Ярема Я.Р., к.е.н., доцент 245
Львівська державна фінансова академія

**ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ**

135. Ярмоленко Н.В. 246
Фінагіна О.В., д.е.н., професор
Донецкий институт железнодорожного транспорта
Української державної академії залізничного транспорту

**РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОГО РИНКУ В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

136. Ярош Б.И. 248
Мишустина Т.С.
Старший преподаватель
Днепропетровский университет им. Альфреда Нобеля

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В УКРАИНЕ**

137. Яцура Ю.В. 250
Научный руководитель: Азарян Е.М., д.э.н., профессор
Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского
**ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЯК СТАДІЯ РАЗВИТТЯ МИРОВОЇ
ЕКОНОМІКИ**

Наукове видання

Збірник тез доповідей учасників

*III Міжнародної науково-практичної конференції
викладачів, аспірантів і студентів*

**“МАРКЕТИНГ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ ТОВАРІВ І
ПОСЛУГ:
ГЛОБАЛЬНІ АСПЕКТИ”**

Том II

Відповідальний за випуск:

О.М. Азарян

Комп'ютерна верстка:

О.В. Белякова

Підписано до друку 04.02.2012 р. Формат 60×84/16. Гарнітура Times New Roman. Друк лазерний. Ум. друк. арк. 16. Тираж 100 прим.

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
83050, м. Донецьк, вул. Щорса, 31

Друк з оригінального макету

СПД Купріянов В.С. Свідоцтво про реєстрацію ДК № 2589 від 17.08.2006р.
83053, м. Донецьк, вул. Каракумська, 5., тел. моб. 0508205850