

Міністерство освіти і науки України
Кіровоградський національний технічний університет

Кафедра міжнародної економіки

**МАТЕРІАЛИ XII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**УКРАЇНА НА ШЛЯХУ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
(тези доповідей і повідомлень)**

18-19 квітня 2013 року

Кіровоград
КНТУ
2013

УДК 339.9.727.22.332

ББК 65.9.4 (УКР)

У-45

Україна на шляху соціально-економічних перетворень в умовах глобалізації. Матеріали XII міжнародної науково-практичної конференції. 18-19 травня 2013 р. КНТУ, Редкол.: І.М. Миценко (відп. ред.) та ін. – Кіровоград, 2013. – 479 с.

Подано тези доповідей і повідомлень, присвячені актуальним питанням економічного і соціального розвитку України та її регіонів в умовах глобалізації. Основну увагу приділено розвитку інтеграційних, інноваційно-інвестиційних процесів державної політики, а також розв'язання економічних, соціальних, валютно-фінансових, правових, проблем з урахуванням зарубіжного досвіду.

Для науковців, аспірантів, викладачів ВНЗ, фахівців підприємств, фінансових організацій та інших установ.

The collection has heads of reports which disclose present-day issues of economic and social development of Ukraine and its regions in the conditions of globalization. The main attention is given to the development of integration, innovative and investment processes of the state policy and solving economic, social, monetary, legal problems taking into account international experience.

For scientists, post-graduates, university teachers, specialists of companies, financial organizations and other institutions.

Редакційна колегія: д.е.н., професор І.М. Миценко (відповідальний редактор), к.е.н. І.С. Мірошниченко, к.е.н., доцент Стежко Н.В., к.е.н., доцент Сухомлин М.О.

Рекомендовано до друку рішенням кафедри міжнародної економіки (протокол № 12 від 16 травня 2013 року).

За зміст наукових праць та достовірність наведених фактологічних і статистичних матеріалів відповідальність несуть автори.

V.I. Kalinichenko

*Instructor of the Department of International
Business, KNTU*

NONVERBAL COMMUNICATION IN THE MODERN BUSINESS WORLD: A GENERAL VIEW OF THE PROBLEM

The majority of our feelings and intentions are sent through nonverbal communication. Spoken language is only 7 % to 35 % of communication [5]. Moreover, we tend to search for signals when verbal messages are unclear or ambiguous. Wordless messages or kinesics are the way we communicate by sending and receiving signals using body language, gestures, postures, proximity, haptics, and facial expressions. A portion of the message is contained in the tone of voice, accent, speed, volume, and inflection. The combination of gestures, postures, facial expressions, and even clothing can support or interfere with the verbal messages that a person delivers [6]. Whether it is called intuition or just good judgment, the ability to perceive and to use nonverbal cues to one's advantage gives the business person the power and the skill to be more successful [там само].

Nonverbal communication consists of that part of a message that is not encoded in words. The nonverbal part of the message tends to be less conscious and often reveals the sender's feelings and preferences more spontaneously and honestly than the verbal part. If the verbal message does not match the nonverbal communication, people tend to believe the nonverbal message [12, c. 110]. The nonverbal aspects of communication are so closely intermingled with the verbal that it is difficult to separate them. People receiving verbal and non-verbal messages combine them with the context in which the communication takes place and interpret the total message [10].

The importance of nonverbal cues in the business world has been studied extensively (H. Aguinis, T.W. Bickmore, J.P. Fatt, S.G. Garside, G.H. Graham, L. Hopkins, J. Larson, D.A. Morand, M. Remland, J.P. Shim, J.A. Wood and oth.) and it only makes sense that it can have a strong impact on any communication within or outside the business realm [2; 4; 7; 8; 9; 10; 12; 15; 17 and oth.]. For instance, selling is an area where the nonverbal actions can make or break a deal. People are unlikely to want to buy from a sales person who refuses to make eye contact, who has poor posture, who lacks energy, and who seems unconvinced about the products and services represented. The importance of nonverbal communication in conjunction with appropriate verbal skills can make a difference to the success of a business transaction [18].

In business, nonverbal communication can affirm or belie the words actually being spoken. Communication can be hindered when nonverbal

cues seem to contradict what's being said. When verbal and nonverbal communication messages act in concert, information is communicated more effectively [19, p. 198].

The most common use of nonverbal communication in business has been in marketing research. It is used to determine consumers' attitudes towards new products. For example, executives watching a focus test group pay more attention to the nonverbal cues of the group. They are able to more closely identify the test group's true feelings by observing their body language, facial expressions and eye contact. Facial expressions are particularly helpful as they can show hidden emotions that contradict their verbal statements [17, c. 18].

Since knowledge of nonverbal processes can enhance business success, it is important to recognize and use appropriate nonverbal cues. The first of these is face-to-face communication which provides immediate feedback that allows the business person to modify one's approach to meet the needs of each encounter. In a research study by G.H. Graham the information on the importance of nonverbal feedback to accurate assessments in business transactions is given. The findings indicated that nonverbal communication was important to all surveyed and showed that most relied on facial expressions for accurate information [9]. The recommendations for businesses included, "...paying more attention to nonverbal cues, engaging in more eye contact, and probing for more information when verbal and nonverbal cues are discrepant" [9, c. 60]. One way to do so is through reinforcement behavior that demonstrates approval or disapproval. Also, response-matching is a way in which the business person uses a similar style of speech, posture, or gestures. Thirdly, accommodation is a way of adjusting to personal styles of those involved. It involves "issues of territoriality, dominance and/or submissiveness, and intimacy" [7, c. 5]. Professionals must use this feedback to note the body language to modify and adjust to the receiver's behaviors. Another factor to consider is that face-to-face also allows a portion of the message to be contained in vocal elements. These include tone of voice, speed, volume and inflection [9, c. 58].

Theoretical writings and research classify nonverbal communication into seven main areas: 1. body movement (kinesics behaviour); 2. physical characteristics; 3. touching behaviour; 4. vocal qualities (paralanguage); 5. space (proximity); 6. artifacts; 7. environment [9; 14; 15].

Curbside appeal has several components, starting with looks. Tidy, neat, conservative clothes are preferable. A good rule of thumb: mirror, don't shock. One should observe how upper management dresses, and follow their lead. Casualness can kill credibility. Unless one works in a place where the top brass wear jeans and polo shirts, like, say, CBS Studios in Hollywood [3, c. 105].

Even when the dress code is jeans, one must make sure they are not ripped or stained. Not only will trim clothes impress others; they will help one do a better job. What we wear shapes our behavior and prepares our body and mind for what we need to do. In the workplace, one puts on the attire of a warrior for business, and that is his/her persona. One of the most important things here is polished shoes, in good repair. Men, for instance, often wear scuffed or worn-down shoes that subvert the effort they spent on the rest of their appearance [1].

People rely on visual clues to help them decide on whether to attend to a message or not. If they find that someone is not looking at them when they are being spoken to, they feel uneasy. So, it is a wise business communicator that makes a point of attempting to engage every member of the audience by looking at them.

Now, this is of course easy if the audience is just a handful of people, but in an auditorium it can be a much harder task. So, one should balance his/her time between these three areas: slowly scanning the entire audience, focusing on particular areas of his/her audience (perhaps looking at the wall between two heads if one is still intimidated by public speaking), and looking at individual members of the audience for about five seconds per person [16; 17].

Physical characteristics such as body shape, general attractiveness, body and breathe odours, weight, hair and skin colour are important parts of nonverbal communication. Because people react and respond to these factors, they all determine their responses in interpersonal encounters. First impressions and images of others can be associated unconsciously with past experiences of people with similar physical characteristics. Stroking, hitting, holding or guiding the movement of another person are examples of touching behaviour that communicate non-verbally. Each of these adds a different meaning to a message. Touch can console or support the other person and show feeling such as affect. A handsome, for example, can express dominance equality. A pat on the arm can convey intimacy or control [19].

Gestures go a long way in conveying one's personal message. One of the most appealing: stand with your head slightly tilted and your hands clasped, and with a smile and a gaze that meets the other person's. The head tilt exposes the neck and says, "I am listening, I am comfortable, I am receptive". By contrast, if one touches his/her neck or covers the dimple at the base of it, he is saying one is uncomfortable, insecure or concerned [5].

Paralanguage (vocal qualities) is that part of language associated with but not involving the word system. It consists of the voice qualities and vocalizations that affect how something is said rather than what is said. Voice qualities include: pitch range, pitch control, rhythm control, tempo, articulation control, resonance. Vocalizations also give clue to the total message. Three of these are shown in table [1]. The tones of voice, rate of

speaking and voice inflection are an important part of the total message. A tired person, for example, will speak more slowly than usual, a disappointed person may speak with a flat tone, while the tone of voice of someone excited about a coming holiday reflects this excitement [3, c. 106]. Fluency in nonverbal communication can be as powerful a tool as masterful negotiating techniques or expert salesmanship. The starting point is personal curbside appeal. One must project himself/herself as a confident, welcoming person, and his/her clients, colleagues and bosses will be attracted to him/her, keen on doing business with him/her and on promoting him/her within his/her organization [14, c. 61].

Because businesses try to eliminate unnecessary travel and expenses, they are utilizing such mediums as videoconferencing. Even though videoconferencing can replace business meetings, there are disadvantages. The immediate feedback that comes with face-to-face contains cues from the facial expression, voice inflection, and gestures are often not as effective with videoconferencing. For instance, E. Bekkering and J.P Shim state, "With a slow signal, it may appear to the viewer that the speaker hesitates, and hesitation in answering is generally considered to be a sign of dishonesty" [3, c. 105]. Another concern is that the camera used can be manipulated to improve one's advantage such as making one appear taller and giving more influence over the meeting. A third concern involves turn-taking cues. "In face-to-face conversations, participants alternate speaking and listening by using an intricate mechanism of verbal and nonverbal cues" [тамсамо].

These researchers go on to say that in videoconferencing one gives up eye contact because it is distorted by separation of screen and camera [4, c. 39]. This infers that perhaps the speaker is being deceptive, and, thus, there is a lack of trust. Therefore, business people will find face-to-face communication a better source of feedback as well as a better rapport builder.

So, in this piece of research the general problems of nonverbal communication as an important and integral component for business organizations are observed, the main nonverbal cues, beneficial for successful business interactions, are viewed.

REFERENCES:

1. Adams S. Business Basics. Secrets Of Nonverbal Communication [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forbes.com/2009/11/11/body-language-nonverbal-leadership-careers-communication.html>
2. Aguinis H., Henle C. (2001). Effects of nonverbal behavior on perceptions of a female employee's power base. *Journal of Social Psychology*, 141(4), 537-549. Retrieved March 27, 2007, from EBSCO host database (6002448).

3. Bekkering E., Shim J.P. (2006). Trust in videoconferencing. *Communications of the ACM*, 49 (7), 103-107. Retrieved March 27, 2007, from EBSCO host database (21469769).
4. Bickmore T.W. (2004). Unspoken rules of spoken interactions. *Communications of the ACM*, 47 (4), 38-44. Retrieved March 27, 2007, from EBSCO host database (12713418).
5. BUSINESS WORLD. NON-VERBAL COMMUNICATION [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://yourbusinesschoice.blogspot.com/2010/10/non-verbal-communication.html>
6. Drew B. Benefit of Nonverbal Communication in Business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smallbusiness.chron.com/benefit-nonverbal-communication-business-2831.html>
7. Fatt J.P. (1998). Nonverbal communication and business success. *Management Research News*, 21(4/5), 1-8. Retrieved March 27, 2007, from Proquest database (295500641).
8. Garside S.G., Kleiner B.H. (1991). *Effective one-to-one communication skills*. – New York: Thorogood Publishing.
9. Graham G.H., Unruh J., Jennings P. (1991). The impact of nonverbal communication in organizations: A survey of perceptions. *Journal of Business Communication*, 28 (1), 45-62. Retrieved April 12, 2007, from EBSCO host database (5765878).
10. Hopkins L. Nonverbal Communication in Business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ezinearticles.com/?Nonverbal-Communication-in-Business&id=5406>
11. Irwin D. (2001). *Effective Business Communications*. – New York: Thorogood Publishing.
12. Larson J., Kleiner B. (2004). How to read nonverbal communication in organizations. *Management Research News*, 27 (4/5), 17-22. Retrieved March 27, 2007, from Proquest database (656765051).
13. Mast M.S., Hall J.A. (2004). Who is the boss and who is not? Accuracy of judging status. *Journal of Nonverbal Behavior*, 28 (3), 145-165.
14. Mintzberg H. (2004). *Managers Not MBAs: A Hard Look at the Soft Practice of Managing and Management Development*. – New York: Berrett-Koehler Publishers.
15. Morand D.A. (2001). The emotional intelligence of managers: Assessing the construct validity of a nonverbal measure of "people skills". *Journal of Business and Psychology*, 16(1), 21-33.
16. Murphy H.A., Hildebrandt W. (1997). – New York: *Effective Business Communications*. Seventh Edition. McGraw-Hill.
17. Remland M. (1981). Developing leadership skills in nonverbal communication: A situational perspective. *Journal of Business*

ЗМІСТ

І.М. Миценко ГЛОБАЛЬНИЙ ВЕКТОР СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	3
В.П. Антонюк СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	11
Л.М. Шульгіна, Ю.О. Чачуа МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ: ПОНЯТТЯ ТА РОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ	15
François Pigalle LE FARDEAU DE LA DETTE PUBLIQUE.....	20
С.М. Гринецька ПОСТКРИЗОВЕ ВІДНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	26
В.І. Миценко РОЛЬ ВУЗУ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНИХ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ ФАХІВЦЯ-ЕКОНОМІСТА	29
І.С. Мірошниченко ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ОСНОВНІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ УКРАЇНИ	33
М.П. Соколик ПОРІВНЯННЯ СТРУКТУРИ ВИТРАТ НА СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ І СОЦІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС	38
Н.В. Стежко ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ НОРВЕГІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ.....	43
М.О. Сухомлин СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ В РАМКАХ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ «ЦЕНТРАЛЬНИЙ РЕГІОН-2015».....	53
Н.О. Пасічник МІЖНАРОДНІ МОНИТОРИНГОВІ ПОРІВНЯЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.....	56
Е.Р. Аблялімов ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГУ СПІВПРАЦІ В УКРАЇНІ	64
О.Є. Гавриленко ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВИТРАТ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ АСПЕКТ.....	69
І.Г. Добре СПЕЦИФІКА УТВОРЕННЯ АБРЕВІАТОВАНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ	74
Н.О. Другаля ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РІВЕНЬ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ.....	78

В.М. Журавельов ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ЯК НАСЛІДОК КОНЦЕНТРАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА	87
V.I. Kalinichenko NONVERBAL COMMUNICATION IN THE MODERN BUSINESS WORLD: A GENERAL VIEW OF THE PROBLEM	100
Д.В. Кузнецова ПРОБЛЕМИ СПОЖИВАННЯ НАСЕЛЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	105
К.О. Мітелласва ТРАНСПОРТНА СИСТЕМА ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА ГОСПОДАРСТВА РЕГІОНУ	110
І.Г. Ніколенко МОЖЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УЧБОВОГО ПРОЦЕСУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СУЧАСНИХ ПЕДАГОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	112
О.О. Подскальнюк ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ	117
О.Д. Прогнімак ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СФЕРІ СПОЖИВАННЯ	121
В.Г. Шеф ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЄЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	127
О.Ю. Шкуротяна ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ АУТСОРСИНГУ В ОБЛАСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	131
Ю.В. Байгота ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ І СУТНІСТІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА	137
С.В. Бакуменко ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	142
А.В. Богатирчук РОЗВИТОК АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ В УКРАЇНІ	147
І.О. Браїлко ІНВЕСТИЦІЇ В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	152
К.С. Вишневська СУТНІСТЬ І РОЛЬ ПОЗИЦІОНУВАННЯ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	156
С.Ф. Вовченко ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	160
А.І. Возняк НАПРЯМКИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ	170

А.В. Гребенчук ОСОБИСТІСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖЕРА ЯК ОСНОВА ЙОГО ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ	172
Я.В. Гришин ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	178
А.О. Гуменюк НАПРЯМИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ	182
В.О. Діхтяренко СУТНІСТЬ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ І ПІДПРИЄМСТВ.....	187
М.К. Дубонос СУТНІСТЬ КОНТРАКТНИХ ІМПОРТНИХ ЦІН	190
Н.І. Заріцька ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ	195
А.І. Заяць АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНЬОМУ ТА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКАХ.....	199
А.В. Іванченко ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ У МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ПРАКТИЦІ	202
О.В. Ковальова СУТНІСТЬ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	205
О.О. Кузнєцова ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	215
Д.А. Лінник ГЛОБАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ	218
К.С. Налбадьян СТРУКТУРНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПЛАТІЖНИХ УМОВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ДОГОВОРІВ	227
О.В. Ніколенко МАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА	235
Д.А. Петренко ФУНКЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРА ВІТЧИЗНЯНОЇ СИСТЕМИ ПОСЛУГ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	238

М.С. Петлюк СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ МИТНО-ТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ.....	245
В.А. Погонієв СУТНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ АРХІТЕКТУРИ ARM: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ	251
Т.С. Поплавська КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «КРЕАТИВ»	254
А.М. Пукас СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	257
О.П. Римська СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРИЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ.....	260
В.О. Рохман ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЕКСПОРТНИХ ЦІН.....	267
А.М. Самокоз ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	270
А.С. Синюк ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОРПОРАТИЗАЦІЇ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	278
Т.В. Скороход ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	285
Д. І. Соколов ЕВОЛЮЦІЯ ТА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТУВАННЯ	288
Т.О. Стежко ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ТА АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕДУР ПРИ ЗДІЙСНЕННІ АУДИТОРСЬКОЇ ПЕРЕВІРКИ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА	292
С.А. Суховерхова СУТНІСНО-ЗМІСТОВНА ЕВОЛЮЦІЯ ТЕРМІНУ «ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ» ЯК ОСНОВНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	295
І.О. Царенко ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОГО КОМПЛЕКСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТОВАРНИХ РИНКІВ	300
Н.С. Чернявська МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ НАПІДПРИЄМСТВІ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	305

І.А. Чернявський КОНЦЕПЦІЯ ЛОГІСТИКИ ЯК НОВА ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНИХ СВІТОГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ	309
О.С. Chiblis THE SYSTEM OF TRANSPORTATION RISKS INSURANCE IN THE CONDITIONS OF THE MODERN UKRAINIAN MARKET DEVELOPMENT.....	313
Я.С. Чистякова МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УКЛАДАННЯ ТА ВИКОНАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	316
А.А. Шевченко БІДНІСТЬ ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА	321
Ю.В. Байгота МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	326
С.В. Бакуменко СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ	333
А.В. Богатирчук СКЛАДОВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	337
І.О. Браїлко УМОВИ І ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ.....	340
К.С. Вишневська СИСТЕМАТИЗАЦІЯ КРИТЕРІЇВ ТА ОЗНАК ПОЗИЦІОНУВАННЯ	344
С.Ф. Вовченко ПЕРЕДУМОВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ.....	347
А.І. Возняк МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ	354
А.В. Гребенчук ОСНОВНІ ОЗНАКИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ МЕНЕДЖЕРІВ У МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЯХ	358
Я.В. Гришин ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	363
А.О. Гуменюк КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР НА ОСНОВІ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ	367
В.О. Діхтяренко МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	369

М.К. Дубонос СИСТЕМА ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ КОНТРАКТНИХ ІМПОРТНИХ ЦІН	372
Н.І. Заріцька УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	375
А.І. Заяць ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	381
А.В. Іванченко РЕГУЛЮВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	385
О.В. Ковальова ПОЛІПШЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	388
О.О. Кузнєцова СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	392
Д.А. Лінник МОДИФІКАЦІЯ УМОВ ТА МОТИВАЦІЙ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	395
К.С. Налбадьян КЛАСИФІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ АКРЕДИТИВНОЇ ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ	399
О.В. Ніколенко СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	408
Д.А. Петренко АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ЙОГО РОЗВИТОК	411
М.С. Петлюк УДОСКОНАЛЕННЯ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН	421
Т.С. Поплавська КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	426
А.М. Пукас ВИБІР СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	429
О.П. Римська РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ	433

В.О. Рохман ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКСПОРТНИХ ЦІН.....	438
А.М. Самокоз ОБґРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	440
А.С. Синюк ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-КРЕАТИВНА ОСНОВА РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	445
Т.В. Скороход ПРЯМИЙ ТА ОПОСЕРЕДКОВАНИЙ ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ НА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ.....	447
Д.І. Соколов ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИКИ ПРИ РОЗРОБЦІ І РЕАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ.....	451
С.А. Суховерхова РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАПРЯМКУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ.....	454
І.О. Царенко ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬО- ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»	459
Н.С. Чернявська ВАЛЮТНІ ЗАСТЕРЕЖЕННЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ХЕДЖУВАННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ ПРИ УКЛАДАННІ ЗОВНІШНЬО- ЕКОНОМІЧНИХ КОНТРАКТІВ.....	462
І.А. Чернявський БАР'ЄРИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ЛОГІСТИЧНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ.....	466
О.С. Чібліс ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СТРАХОВОГО ЗАХИСТУ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ.....	468
Я.С. Чистякова ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕТАПІВ УКЛАДАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ	472
А.А. Шевченко ОСОБЛИВОСТІ ПРОГРАМ СКОРОЧЕННЯ БІДНОСТІ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ СВІТУ	475
Cherjai Chaimae ECONOMY OF AFRICA.....	481
О.В. Nikolenko PROBLÈMES D'EXTENSION DES OPÉRATIONS OFFSHORE DANS LE CONTEXTE DE L'ÉCONOMIE DE L'UKRAINE	484
І.О. Tsarenko LA CONDITION HISTORIQUE ET LES TENDANCES ACTUELLES DE LA MIGRATION EN FRANCE	488