

ЗМІСТ

<i>Качала Т.</i> Інституційна модель модернізації суспільства	5
<i>Миленський В., Мигаленко О., Ковтун В.</i> Системний аналіз і типологізація соціально-економічного розвитку регіонів	15
<i>Строкань О.</i> Проблеми взаємовідносин етики та бізнесу	20
<i>Пустовар В.</i> Світовий досвід формування регіональної економічної політики.....	25
<i>Гживна З., Катана А.</i> Модель ефективного функціонування ринку продовольства в регіоні.....	30
<i>Отенко І.</i> Формування бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства.....	40
<i>Бондаренко В.</i> Маркетингова спрямованість як основа підвищення ефективності задіяння ресурсної бази регіону в господарську практику	46
<i>Черевань І.</i> Результативність лізингу як нового напрямку інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві.....	53
<i>Гарбар Ж.</i> Обґрунтування вибору моделі розвитку фінансового ринку України.....	58
<i>Яртим І.</i> Особливості реалізації стратегічних змін на машинобудівних підприємствах України	68
<i>Чернова Л.</i> Інноваційні підходи до управління персоналом: стратегія для України	79
<i>Богуславська С.</i> Сутність та особливості регулювання інвестиційних процесів у регіоні	83
<i>Крупенна І.</i> Особливості формування витрат на елементи маркетингового комплексу підприємств харчової промисловості України	89
<i>Яковлєва А.</i> Прийняття стратегічних рішень у сфері маркетингу регіону	94
<i>Yermachenko V.</i> Methodical approach to the analysis of national strategies of tourism development	103

Григоренко Є. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку машинобудівних підприємств	111
Отенко І., Афанасьєва Л. Аналіз факторів впливу макросередовища на реалізацію державно-приватного партнерства в Україні	119
Азаренков Г., Дзьобко І. Формування системи інформаційного забезпечення логістико-орієнтованого управління промисловим підприємством.....	127
Гончарова Н. Вдосконалення механізмів муніципального управління розвитком житлової сфери регіону.....	134
Проскура В. Маркетинг територій як фактор ефективного регіонального розвитку	142

CONTENTS

<i>Kachala T.</i> Institutional model of society modernization	5
<i>Mylenkyi V., Myhalenko O., Kovtun V.</i> System analysis and typology of socio-economic development of regions	15
<i>Strokan O.</i> Problems of ethics and business relationship.....	20
<i>Pustovar V.</i> International experience of regional economic policy	25
<i>Grzywna Z., Katana A.</i> Model of an effective functioning of the food market in the region	30
<i>Otenko I.</i> Forming the business-model of an enterprise innovative development.....	40
<i>Bondarenko V.</i> Marketing orientation as the basis for increasing efficiency involvement of regional resource base in business practices.....	46
<i>Cherevan I.</i> The effectiveness of leasing as a new trend innovation in agricultural production.....	53
<i>Garbar Zh.</i> Rationale models of financial market Ukraine.....	58
<i>Iartym I.</i> The peculiarities of the strategic changes implementation at Ukrainian machine-building enterprises.....	68
<i>Chernova L.</i> Innovative approaches to personnel management: strategy for Ukraine	79
<i>Boguslavskaya S.</i> The essence and features of regulation the investment processes in the region	83
<i>Krupenna I.</i> Peculiarities of the formation of expenditures on elements of marketing complex at food industry enterprises in Ukraine.....	89
<i>Yakovleva A.</i> Strategic decision-making in marketing of the region	94
<i>Yermachenko V.</i> Methodical approach to the analysis of national strategies of tourism development	103
<i>Grygorenko E.</i> Current state, problems and prospects of the development of machine-building enterprises.....	111
<i>Otenko I., Afanasyeva L.</i> Analysis of factors of macroenvironment influence on the implementation of public-private partnership in Ukraine	119
<i>Azarenkov G., Dzubko I.</i> Formation of the system for information support of logistics-oriented management by industrial enterprise.....	127
<i>Honcharova N.</i> Improvement of mechanisms for municipal governance by the development of residential sector of a region.....	134
<i>Proskura V.</i> Marketing of territories as a factor of effective regional development	142