

**ЗМІСТ  
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

<i>Петровська С.В., Криворучко О.В.</i>	Інструменти і методи управління процесом моделювання в маркетинговій діяльності	3
<i>Коваленко О.В., Мельниченко А.В. Разумова К.М.</i>	Брендинг в маркетинговій діяльності	9
	Оцінка конкурентних позицій підприємств пасажирського комплексу з урахуванням лояльності стратегічних партнерів	17
<i>Гавриленко А.В., Гаврилко Т.О. Борисенко О.С.</i>	Інформаційні системи в управлінні корпоративними бізнес-процесами	21
	Роль реклами в досягненні результативності авіаперевезень	29
<i>Коваленко О.В., Калита В.І. Малахівська Г.В.</i>	Стратегія діяльності підприємства як генеральна програма розвитку	34
	Передумови розвитку комерційної діяльності авіакомпаній	39
<i>Олешко Т.І., Гнилицька А. Ю.</i>	Хеджування валютного ризику на прикладі діяльності учасників зовнішньоекономічної діяльності	46
<i>Корж М. В. Хасан Алі Аль-Абабнех Пристайко О.П.</i>	Вивчення ефективності маркетингових заходів із застосуванням методів метаевристіки	51
	Особливості сучасних фінансових механізмів реструктуризації підприємств	59
<i>Коваленко Н.В. Голляк Ю.Б.</i>	Сучасні тенденції розвитку конкуренції	64
<i>Чібісова І.В., Драченко Д.В.</i>	Сутність облікової політики підприємства	70
<i>Петровська С.В., Покотило Л.Ю</i>	Концепція «зеленого» маркетингу у системі управління економічною діяльністю	75
<i>Чібісова І.В., Левчунь Б.В.</i>	Бухгалтерський облік як інструмент управління ризиками на підприємства	80
<i>Біленко Т.І.</i>	Фінансова самодостатність держави у сучасному світі	85

<i>Петропавловська С.Є.</i>	Маркетинговий підхід до формування іміджу держави	91
<i>Фісун Ю.В.</i>	Стратегічний вибір авіакомпанії «Міжнародні авіалінії України»	96
<i>Василенко В.А.</i>	Процес формування стратегії управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства	102
<i>Мержвинська А.М.</i>	Дослідження суті креативної економіки та тенденцій і проблем її розвитку в сучасних умовах	107
<i>Сібрук В. Л., Колесник М.В.</i>	Стратегії і бізнес-моделі авіакомпаній	113
<i>Федоренко В.Б., Дідух О.О., Овсянніков Р.С.</i>	Можливості будівництва нових готелів в Київській області	120
<i>Хайдарова Т.М.</i>	Застосування франчайзингової моделі в сучасній економіці	124

**CONTENT  
ECONOMICAL SCIENCES**

<i>Petrovska S.V., Kryvoruchko O.V</i>	Instruments and methods of process control of design are in marketing activity	8
<i>Kovalenko.O Melnychenko A</i>	Branding in marketing activities	16
<i>Razymova K.N.</i>	Estimation of competitive position of passenger complex enterprises taking into account loyalty of strategic partners	20
<i>Havrylenko A.V., Havrylko T.O.</i>	Information systems in corporate business processes management	28
<i>Borysenko O.S.</i>	Advertising in achieving the impact of air transportation	33
<i>Kovalenko.O, Kalyta V.</i>	The strategy of the company as a general development program	38

<i>Malakhivska G.V.</i>	Background of airline business	45
<i>Oleshko T. I., Hniliitskaya A. U.</i>	Currency hedging as an example of economic operators	50
<i>Korzh M., Hassan Ali al-Ababneh Pristayko O.</i>	Study the effectiveness of marketing activities using methods metaevrystyk	58
<i>Kovalenko N. Gollyak U.</i>	The features of modern financial mechanisms of restructurization of enterprises	63
<i>Kovalenko N. Gollyak U.</i>	Historical trends of competition	68
<i>Chibisova I. V. Drachenko, D. V.</i>	Essence accounting policies	74
<i>Petrovska S., Pokotylo L</i>	The concept of «green» marketing in the management system of economic activity	79
<i>Chibisova I. V., Levchun B.V.</i>	Accounting as a tool for risk management in the enterprise	84
<i>Bilenko T. I.</i>	Financial sufficiency of the state in the modern world	90
<i>Petropavlovska S.</i>	Marketing approach to the formation of the state image	95
<i>Fisun Y.V.</i>	Strategic choice airlines are «Ukraine international airlines»	101
<i>Vasilenko V.A.</i>	Process management strategy formation competitiveness aviation enterprise	106
<i>Merzhvynska A.M.</i>	Research merits creative economy and its problems and trends of development in modern conditions	112
<i>Sibruk V., Kolesnik M.</i>	Strategies and business models of airlines	119