

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ
XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(м. Полтава, 27–28 квітня 2021 року)



**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

**Білоруський торговельно-економічний університет
споживчої кооперації**

**Карагандинський економічний університет
Казспоживспілки**

Таджицький державний університет комерції

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

**МАТЕРІАЛИ
ХІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

(м. Полтава, 27–28 квітня 2021 року)

**Полтава
ПУЕТ
2021**

УДК 339:004.738.5(063)
М52

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено

Редакційна колегія:

О. О. Нестуля, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ);

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, директор навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій ПУЕТ;

П. Ю. Балабан, к. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

В. І. Місюкевич, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

Ю. В. Іванов, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

О. М. Михайленко, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

В. В. Лісіца, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ.

Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали XI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, (м. Полтава, 27–28 квітня 2021 року). – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 254 с. – Текст укр., рос., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-410-9

У матеріалах XI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції розглянуто актуальні проблеми розвитку мережевого бізнесу в Україні та зарубіжних країнах в умовах глобальних економічних змін.

Наукові дослідження авторів спрямовано на з'ясування сучасного стану та перспектив подальшого розвитку торговельної сфери й інших видів економічної діяльності, трансформаційних процесів у споживчій кооперації, структурних змін ринку під впливом мережевих операторів, проблем маркетингу та менеджменту торговельних підприємств, виявлення аспектів інноваційного розвитку мережевого бізнесу й торгівлі та проблемних питань підготовки фахівців торгівлі, якості та конкурентоспроможності товарів у глобальній економіці.

УДК 339:004.738.5(063)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

ISBN 978-966-184-410-9

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2021

**Высшее учебное заведение Укоопсоюза
«ПОЛТАВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ» (ПУЭТ)
Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации
Карагандинский экономический университет
Казпотребсоюза
Таджикский государственный университет коммерции**

СЕТЕВОЙ БИЗНЕС: СТАНОВЛЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ИННОВАЦИИ

**МАТЕРИАЛЫ
XI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
ИНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦИИ**

(г. Полтава, 27-28 апреля 2021 года)

**Полтава
ПУЭТ
2021**

УДК 339:004.738.5(063)
С33

Распространение и тиражирование без официального разрешения Высшего учебного заведения Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли» запрещено

Редакционная коллегия:

А. А. Нестуля, д. и. н., профессор, ректор Высшего учебного заведения Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли» (ПУЭТ);

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент кафедры товароведения, биотехнологии, экспертизы и таможенного дела, директор учебно-научного института бизнеса и современных технологий ПУЭТ;

П. Ю. Балабан, к. э. н., профессор, заведующий кафедрой предпринимательства, торговли и биржевой деятельности ПУЭТ;

В. И. Мисюкевич, к. э. н., доцент кафедры предпринимательства, торговли и биржевой деятельности ПУЭТ;

Ю. В. Иванов, к. э. н., доцент кафедры предпринимательства, торговли и биржевой деятельности ПУЭТ;

Е. Н. Михайленко, к. э. н., доцент кафедры предпринимательства, торговли и биржевой деятельности ПУЭТ;

В. В. Лисица, к. э. н., доцент кафедры предпринимательства, торговли и биржевой деятельности ПУЭТ.

Сетевой бизнес: становление, проблемы, инновации : материалы XI Международной научно-практической интернет-конференции, (г. Полтава, 27–28 апреля 2021 года). – Полтава : ПУЭТ, 2021. – 254 с. – Текст на укр., рус., англ. языках.

ISBN 978-966-184-410-9

В материалах XI Международной научно-практической интернет-конференции рассмотрены актуальные проблемы развития сетевого бизнеса в Украине и зарубежных странах в условиях глобальных экономических изменений.

Научные исследования авторов направлены на выяснение современного состояния и перспектив дальнейшего развития торговой сферы и других видов экономической деятельности, трансформационных процессов в потребительской кооперации, структурных изменений рынка под влиянием сетевых операторов, проблем маркетинга и менеджмента торговых предприятий, выявление аспектов инновационного развития сетевого бизнеса и торговли и проблемных вопросов подготовки специалистов торговли, качества и конкурентоспособности товаров в глобальной экономике.

УДК 339:004.738.5(063)

*Материалы печатаются в авторской редакции языками оригиналов.
За изложение, содержание и достоверность материалов несут
ответственность авторы.*

ISBN 978-966-184-410-9

© Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», 2021

osnovnyie-sobyitiya-v-belarusskom-riteyle-za-god?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=WeekReviewi-25-january-2021 (дата обращения – 25.03.2021). – Название с экрана.

2. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях: закон Республики Беларусь от 06.01.2021, № 91-3 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
3. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь : закон Республики Беларусь от 08.01.2014, № 128-3 (в ред. от 13.07.2016 № 397-3) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
4. О классификации форм торговли : Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 09.03.2021, № 14 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
5. Правила продажи при осуществлении розничной торговли по образцам : утвержденных Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.01.2009, № 31 (в ред. от 01.03.2019 № 143) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

Т. Є. Іщейкін, к. е. н., доцент;

ПДАУ, м. Полтава

В. І. Місюкевич, к. е. н., доцент

ПУЕТ, м. Полтава

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Відповідно до прогнозів п німецького статистичного онлайн-порталу Statista, до 2021 року світовий ринок електронної комерції складе \$4,9 трлн на рік. За даними аналізу Digital Commerce 360, обсяг онлайн-продажів у світі в 2016–2019 роках зростав у середньому на 20 % на рік. У той же час, роздрібні офлайн продажі збільшувалися на 3,5 % за рік. Якщо подібна

тенденція збережеться, то обсяги світового ринку e-commerce перевищать обсяги традиційного роздробу вже до 2036 року [1].

Приймаючи це до уваги, є підстави вважати, що пандемія коронавірусу послужить додатковим драйвером у розвитку онлайн-торгівлі. Адже в умовах постійної боротьби з поширенням пандемії COVID-19, все більше людей у всьому світі змушені купувати товари в Інтернеті, за якими раніше ходили в магазин. А, звикнувши робити покупки в один клік, вони навряд чи в подальшому стануть витрачати на це більше часу. Основними перевагами при здійсненні покупки товарів через онлайн-магазини є наступні:

- економія часу на покупку;
- можливість заощадження коштів(як правило, товари в інтернет-магазинах коштують дешевше);
- доставка товару безпосередньо до покупця (курерська доставка);
- можливість отримання кешбеку (повернення частки грошей) від покупки;
- можливість порівняти цінові та якісні характеристики товарів (за допомогою прайс-агрегаторів hotline.ua, price.ua, ek.ua, тощо)

Ще однією перевагою «онлайну» перед традиційною торгівлею стає те, що багато магазинів в умовах пандемії COVID-19 зараз просто закриті. Ця проблема не стосується онлайн-бізнесу – адже якщо фізичного магазину немає, його і не закриєш [3].

В Україні до недавня складно було уявити ситуацію, коли мешканка українського обласного центру або села замовляє чи продає товари через інтернет. Але з розвитком платіжних систем, кожен отримав практично необмежені можливості для доступу в Інтернет по всій країні.

За даними дослідження OLX, під час якого опитали майже 30 000 респондентів, для 9 % людей продажі на платформі – можливість додаткового заробітку, а ще для 3 % – головне джерело доходу. Особливо це стосується найстаршої і наймолодшої вікових категорій.

Для майже 9 % респондентів віком старших 65 років і 4 % віком від 18 до 24 років, продажі через торговельні майданчики

є бізнесом і основним джерелом заробітку. Серед основних причин, чому вибирали продаж онлайн, підприємці назвали бажання заробляти більше грошей і поєднувати постійну роботу з веденням інтернет-бізнесу.

На онлайн-майданчиках (OLX.ua, PROM.ua, IZI.ua) можна торгувати абсолютно всім – від побутової хімії до автомобілів, дитячих товарів і навіть нематеріальних послуг. Тому для малого і середнього бізнесу практично будь-якого профілю торгові онлайн-майданчики – це потужний канал продажів і можливість продовжувати здійснювати свою діяльність в умовах пандемії COVID-19 [1].

Цікаві перспективи відкриваються зараз, коли попит адаптовано під потреби покупців, особливо активно купують товари першої необхідності, такі як продукти харчування, побутову хімію і предмети гігієни. За даними OLX, з першого до четвертого тижня березня 2020-го попит на продукцію для краси і здоров'я виріс на 84 %, продукти харчування – на 110 %, а побутові товари стали популярнішими на 345 %.

Це чудова можливість для тих, хто тільки планує почати бізнес онлайн або ж готовий міняти напрямки продажів, зайняти вигідну позицію.

Обираючи використання торгових онлайн-майданчиків, ви вирішуєте одну з основних проблем будь-якого бізнесу – охоплення клієнтів. Ви не маєте обмежень виключно своїм районом, містом або навіть областю. Разом із тим, ви отримуєте доступ до численної аудиторії споживачів, таким чином можна істотно зекономити фінансові вливання, адже маючи таке охоплення, не потрібно інвестувати в розробку і розкрутку власного інтернет-магазину.

Якщо ж ви продаєте товари, які зараз менш популярні, ви маєте можливість спрямувати кошти на рекламу, щоб залучити нових покупців.

Торгові майданчики в мережі, як правило, мають свій мобільний додаток. Для онлайн-бізнесу це може означати ще більше розширення аудиторії, так як сучасні тенденції говорять про те, що значний приплив трафіку приходить саме від користувачів смартфонів.

Якщо говорити про онлайн-платформу OLX, за даними за 2019 рік через десктоп (персональний комп'ютер) OLX щодня відвідують тільки 25 % користувачів, 20 % використовують мобільну версію, основна ж аудиторія – це 55 % тих, хто заходить через мобільний додаток.

За даними Державної служби статистики України, в минулому році середня заробітна плата в Україні становила 10 237 грн. Опитування, проведене OLX, говорить про те, що, використовуючи торгові онлайн-майданчики в якості основного заробітку, можна заробляти стільки ж і навіть більше. Так, 10 % тих, хто веде свій бізнес, відзначили, що заробляють на рік від 50 000 до 100 000 грн, 6 % – 100 000–250 000 грн, 5 % – 250 000–500 000 грн і 16 % – більше 500 000 грн.

Використовуючи торговий онлайн-майданчик, продавець полегшує собі процес доставки товарів покупцям. Великі сервіси мають свою налагоджену логістичну систему, наприклад OLX співпрацює із компанією «Нова Пошта» та пропонує покупцям послугу OLX доставки, а це означає, що продавцю лишається лише домовитися про відправку товару і скоординувати процес отримання посилки [2].

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що онлайн-майданчики досить активно розвиваються разом з електронною комерцією. І бізнес, який адаптується під ринок e-commerce, має всі шанси розвиватися динамічніше, що особливо важливо в період турбулентності та невизначеності, пов'язаних з наслідками пандемії COVID-19.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бізнес по-новому: пандемія коронавірусу – поштовх для розвитку онлайн-торгівлі [Електронний ресурс] : веб-сайт. – URL: <https://ua-news.liga.net/economics/opinion/biznes-po-novomu-pandemiya-koronavirusu---poshtovh-dlya-rozvitku-onlayn-torgivli> (дата звернення: 20.04.2021). – Назва з екрана.
2. Как развивать бизнес на OLX и добиться успеха: инструкция для новичков [Електронний ресурс] : веб-сайт. – URL: <https://blog.olx.ua/21885/kak-nachat-prodavati-na-olx-i-dobitsya-uspеха-instrukciya-dlya-povichkov/> (дата звернення: 22.04.2021). – Название с экрана.

3. Переваги та ризики купівлі в інтернеті [Електронний ресурс] : веб-сайт. – URL: <https://vest.in.ua/ua/interesnaya-informatsiya/preimushchestva-i-riski-pokupki-v-internete> (дата звернення 23.04.2021). – Назва з екрана.

*И. И. Каримов, ст. преподаватель
ИЭТ ТГУК, г. Худжанд*

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В РАЗМЕЩЕНИИ СЕТЕВОГО БИЗНЕСА И ТОРГОВЛИ В СНГ

Значимость демографических моделей заключается в описании состояния и функционирования народонаселения, отдельных элементов его воспроизводства или всего этого процесса в целом. Такие модели включают эндогенные демографические переменные (абсолютные числа демографических событий, их интенсивности, темпы динамики и т. п.) и экзогенные переменные, которые могут быть как демографическими, так и недемографическими (биологическими, экономическими, социально-психологическими и т. п.).

Различают макродемографические модели, описывающие демографические процессы на уровне всего населения и микродемографические модели, отражающие демографические процессы через моделирование демографического поведения отдельного индивидуума или семьи. В зависимости от того, учитывается или нет в модели возможное отклонение частот демографических событий от их вероятностей, модели делятся на стохастические (вероятностные) и детерминистские. Всякая микромодель necessarily стохастическая, макромоделю, как правило, детерминистские. Модели, в которых время и возраст входят как непрерывный параметр, т. е. могут принимать любое произвольное значение, называются непрерывными, модели, в которых они принимаются меняющимися с определенным шагом (если этот шаг равен 1, то время и возраст принимают лишь целые значения), называются дискретными.

Специфика демографических процессов обуславливает то, что практически во всех развитых моделях в качестве обя-

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І ВНУТРІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ ТА КРАЇН СВІТУ: СУЧАСНИЙ СТАН І ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ 5

<i>Абдугаффоров А., Мамаджанов Ф. Ф.</i> Стратегическое управление в условиях современной экономики	5
<i>Алиджанов Д. А., Шаропов М.</i> Теоретические аспекты импортозамещающего экономического роста.....	8
<i>Алиева Г. И.</i> Конкурентоспособность как основа управления развитием региона	12
<i>Аминова Ф. М.</i> Роль промышленного потенциала Согдийской области в развитии национальной экономики	15
<i>Ахмедова З. А., Олимова Ф. А.</i> Социально-экономическое развитие региона (туристический аспект).....	18
<i>Ахмедова З. А., Олимова Ф. А.</i> Состояние и перспективы развития промышленного предпринимательства в республике Таджикистан.....	21
<i>Бабаджанов Д. Д., Ахророва Н. Р.</i> Роль строительных услуг в современной мировой экономике	24
<i>Бобоев Г. Г.</i> Роль женщин-предпринимателей на рынке труда в странах Центральной Азии	28
<i>Брацун А. О.</i> Перехід на цифрові платформи – майбутнє роздрібної торгівлі.....	32
<i>Ишанова У. У., Джураева З. А.</i> Повышения конкурентоспособности экономического потенциала региона.....	34
<i>Комарова Г. Б., Ишанова У. У.</i> Теоретические основы развития экспортного потенциала национальной экономики....	38
<i>Куканов С.</i> Развитие банковской системы как основа экономики государства	41
<i>Любимов М. О., Назарова О. С., Новошицкий А. В.</i> Проблемы гармонізації системи публічних закупівель в Україні зі стандартами ЄС.....	45

<i>Негматуллоев М.</i> Роль и назначение международных стандартов бухгалтерской отчетности	48
<i>Овсієнко А. М.</i> Малий та середній бізнес у структурі суб'єктів господарювання: тенденції розвитку	52
<i>Стеценко В. В., Максимчук П. В.</i> Актуальні аспекти гендерної нерівності: причини та наслідки для сучасної економіки	54
<i>Тухсанбоева Х. М.</i> Теоретические основы зонирования и мониторинга социально-экономического развития региона.....	57
<i>Фісанович О. К., Логвин М. М.</i> Рекреаційний потенціал Полтавського регіону та особливості його використання в туризмі	61
<i>Шалева О. І.</i> Сучасні тенденції розвитку мобільної комерції	63
<i>Шубіна Л. Ю., Чорна Т. О.</i> Шляхи забезпечення продовольчої безпеки України.....	67
<i>Юрко І. В., Кийко А. І.</i> Використання соціальної складової в проектах торговельного підприємництва	71

СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТОРГІВЛІ 75

<i>Газибеков С. А., Абдусаттарова Р. Ш.</i> Проблема дефицита квалифицированных кадров в Республике Таджикистан	75
<i>Азимов А. Дж., Ахмедов К. А.</i> Актуальность подготовки высококвалифицированных специалистов на рынке труда Таджикистана.....	79
<i>Джабборов А. А., Абдузхурова З. Б.</i> Анализ изучения языков программирования в современных условиях.....	82
<i>Есенбаева Г. А., Какенов К. С.</i> Качество образования в вузе как объект управления и оценки.....	85
<i>Іванов Ю. В.</i> Конкурентоспроможність закладів вищої освіти України	88
<i>Панфилова М. В., Саидова З. З., Абдуганиев Ш. К.</i> Цифровая экономика в образовании Республики Таджикистан	90

СЕКЦІЯ 3. СТРУКТУРНІ ЗМІНИ ПІД ВПЛИВОМ МЕРЕЖЕВИХ ОПЕРАТОРІВ. СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ ЯК МЕРЕЖЕВА СИСТЕМА ТОРГІВЛІ.....94

<i>Балабан П. Ю., Балабан М. П.</i> Соціальна орієнтація і прибуткова діяльність споживчої кооперації в умовах конкуренції.....	94
<i>Балабан П. Ю., Балабан М. П., Курлейко Б. А., Твердохліб С. Ф.</i> Кооперативний рух в глобалізованій економіці	97
<i>Деценя С. А., Яцевич Н. В.</i> Инновационная деятельность организации: сущность и особенности осуществления в торговой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь.....	100

СЕКЦІЯ 4. МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ 103

<i>Vlasenko V. A., Bondar-Podgurska O. V., Paintsil Isaac</i> Features of functioning of corporate governance system in Ghana in the context of market transformations	103
<i>Власенко В. А., Коваленко О. М.</i> Особливості процесу управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств в умовах ринкових трансформацій.....	106
<i>Kostov Ivan</i> The impact of liquidity on profitability in Bulgarian automotive sector.....	110
<i>Макарова Н. Н.</i> Оценка факторов внешней и внутренней среды организации	114
<i>Макарова Н. Н.</i> К вопросу о разработке стратегии деятельности организации торговли.....	117
<i>Пивоварська К. С.</i> Деякі проблеми впровадження українськомовних версій сайтів інтернет-магазинів	120
<i>Raykov, E.R.</i> Possible variations in assessing company's market value in terms of the required rate of return	122
<i>Трайно В. М.</i> Послуга як складова товару.....	125
<i>Філіна С. В., Валієва Д. М., Майборода О. В.</i> Теоретичні аспекти стратегічного управління підприємством в умовах активного впливу зовнішнього середовища	127

<i>Філіна С. В., Дудка Н. Ю., Гребенюк Д. С.</i> Поняття і роль системи управління кар'єрою управлінського персоналу підприємства як частини системи управління персоналом.....	131
<i>Філіна С. В., Лукіна О. О., Супруненко А. Є.</i> Теоретичні аспекти управління персоналом підприємства.....	134
<i>Шимановська-Діанич Л. М., Філіна С. В., Корецька Н. В.</i> Теоретичні аспекти управління розвитком підприємства.....	137

СЕКЦІЯ 5. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК

МЕРЕЖЕВОГО БІЗНЕСУ ТА ТОРГІВЛІ 141

<i>Гурская С. П., Михарева В. А.</i> Правовые вопросы 141	141
деятельности интернет-магазинов в Республике Беларусь	
<i>Іщейкін Т. Є., Місюкевич В. І.</i> Перспективи розвитку електронної торгівлі в умовах пандемії COVID-19	144
<i>Каримов И. И.</i> Оптимизация демографических моделей в размещении сетевого бизнеса и торговли в СНГ	148
<i>Каримова И. И.</i> Особенности современной политики социальной инфраструктуры в условиях трансформационного периода.....	151
<i>Краус К. М., Краус Н. М.</i> Стиль поведінки покупців покоління бейбі-бумерів, X, Y, Z в сучасній електронній комерції	155
<i>Латинова П. О., Панфилова М. В., Саидкамолова Ш. Э.</i> Развитие сетевой торговли в условиях рыночной экономики	160
<i>Лісіца В. В.</i> Напрями розвитку логістичної діяльності мережевого ритейлу за сучасних умов.....	163
<i>Михайленко О. М., Кобилко С., Нонік В.</i> Рітейл під час пандемії	166
<i>Олексин І. І.</i> Напрями цифровізації українського ритейлу	169
<i>Почоева М. А., Абдурахмонов М. Н.</i> Поддержка сектора малого бизнеса со стороны правительства РТ	173
<i>Садыкова Г. И.</i> Специфические особенности услуги общественного питания в условиях инновационного развития рынка услуг	177
<i>Саидова З. З.</i> Информационное общество и мировоззренческая культура личности	180

СЕКЦІЯ 6. ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ 184

<i>Ковачевич М. М.</i> Торговый баланс и прямые иностранные инвестиции в Болгарии в условиях COVID-19.....	184
<i>Абдуганиев Ш. К., Панфилова М. В.</i> Особенности развития рынка туристических услуг в Республике Таджикистан	187
<i>Гайденко Є. Ю.</i> Класифікація факторів конкурентоспроможності української медової продукції на ринках світу.....	190
<i>Дробиш Л. В., Карпенко Ю. В.</i> Якість туристичних послуг як чинник прибутковості туристичних підприємств	193
<i>Єдіна А. В., Капліна А. С.</i> Хостел-мережі – альтернатива традиційним засобам розміщення в Україні.....	197
<i>Звягольська І. М.</i> Вплив водного фактору на стан здоров'я подорожуючої людини: медико-мікробіологічні аспекти.....	200
<i>Какенов К. С., Есенбаева Г. А.</i> Основные направления развития информационного обеспечения стандартизации в РК	204
<i>Карабаева А. Е.</i> Продовольственная безопасность и её состояние в условиях глобальной пандемии	207
<i>Каримова Б. Н.</i> Определение кислотности хлеба различных производителей	211
<i>Карпенко В. Д.</i> Управління якістю як основа конкурентоспроможності закладу готельно-ресторанного бізнесу.....	214
<i>Кобищан Г. Д., Басова Ю. О., Губа Л. М.</i> Інновації в текстильному виробництві	218
<i>Косирнікова В. Ю., Капліна А. С.</i> Якість надання послуг – фактор привабливості туристичного комплексу в Черкасах....	222
<i>Мороз С. Е., Калашиник О. В., Кириченко О. В.</i> Тенденції ринку ламінованого підлогового покриття в Україні	225
<i>Нижзов Д. С.</i> Управление конкурентоспособностью супермаркетов экспертным методом.....	229

Ткаченко А. С. Застосування біодеградабельних матеріалів для пакування харчових продуктів	233
Телеген Д. Е., Какенов К. С. Развитие системы менеджмента РК – основа повышения глобальной конкурентоспособности.....	236
Файзиева А. Т. Роль и значение агропромышленных предприятий в развитии национальной экономики Республики Таджикистан	240
Шуканов П. В., Харенко К. Є., Стешіна Е. І. Сучасні особливості та перспективи розвитку туризму у Чернівецькій області	243
Юдічева О. П. Значення сортового аромату винограду для ідентифікації вина.....	246

Наукове видання

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

**МАТЕРІАЛИ
ХІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

Головна редакторка *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *Г. А. Бжікян*

*Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 14,8.
Тираж 8 пр. Зам. № 189/1878.*

*Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*