

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС:

СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

ХІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(М. ПОЛТАВА, 27-28 КВІТНЯ 2023 РОКУ)



ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

**XIII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року)

**Полтава
ПУЕТ
2023**

Редакційна колегія:

О. О. Нестуля, д-р іст. наук, професор, ректор Полтавського університету економіки і торгівлі (ПУЕТ);

А. С. Ткаченко, канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, директор навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

П. Ю. Балабан, канд. екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

В. І. Місюкевич, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

Ю. В. Іванов, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

О. М. Михайленко, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

В. В. Лісіца, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ.

Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації :
M52 матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 293 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-451-2

У матеріалах XIII міжнародної 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 мережових операторів, проблем маркетингу та менеджменту торговельних підприємств, виявлення аспектів інноваційного розвитку мережевого бізнесу і 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.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

POLTAVA UNIVERSITY OF ECONOMICS AND TRADE (PUET)

NETWORK BUSINESS: FORMATION, PROBLEMS, INNOVATIONS

MATERIALS

XIII International Scientific and Practical
internet conference

(Poltava, April 27–28, 2023)

**Poltava
PUET
2023**

Network business: formation, problems, innovations : materials
XIII International Scientific and Practical internet conference
(Poltava, April 27–28, 2023). – Poltava : PUET, 2023. – 293 p.

ISBN 978-966-184-451-2

The materials of the XIII International Internet Conference consider the topical problems of network business development in Ukraine and foreign countries in the conditions of global economic changes are ed.

The authors' studies are aimed at clarifying the current state and prospects for further development of trade and other economic activities, transformation processes in consumer cooperation, structural changes in the market under the influence of network operators, marketing and management of commercial enterprises, identifying aspects of innovative network business and trade development. There were studied the issues of trade specialists training, quality and competitiveness of goods in the global economy.

*Materials are printed in the author's editorial office in the languages of the originals.
The authors are responsible for the presentation, content and authenticity of the materials.
Distribution and reproduction without the official permission of PUET is prohibited.*

СПІВОРГАНІЗАТОРИ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

**Львівський торговельно-економічний університет
(Україна)**

**Карагандинський університет Казспоживспілки
(Республіка Казахстан)**

**Таджицький державний університет комерції
(Республіка Таджикистан)**

**Університет національного та світового господарства
(Республіка Болгарія)**

населення з огляду на накопичений європейський досвід у цій сфері.

Список використаних інформаційних джерел

1. Organisation for Economic Co-operation and Development : вебсайт. URL: <https://www.oecd.org/>.
2. Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні. USAID. Київ, 2019. URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/06/FinancialLiteracy-Survey-Report_June2019_ua.pdf.
3. Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні у 2021: звіт за результатами дослідження. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Research_Financial_Literacy_Inclusion_Welfare_2021.pdf?v=4.
4. За останні три роки рівень фінансової грамотності українців поліпшився – результати дослідження / Національний банк України. 2021. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/za-ostanni-tri-roki-riven-finansovoyi-gramotnist-ukrayintsiv--polipshivsya--rezultati-doslidjennya>.
5. Рейтинг. П'ятнадцяте загальнонаціональне опитування. Україна під час війни. Зайнятість і доходи (23–24 липня 2022). URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/pyatnadcat_obschenaci_opros_u_kraina_vo_vremya_voyny_zanyatost_i_dohody_23-24_iyulya_2022_goda.html.

*L. Floka, associate professor, PhD
PUET, Poltava*

MODERN MARKET OF GLUTEN-FREE PRODUCTS

Gluten-free products have become increasingly popular in recent years, with a growing number of people adopting gluten-free diets for various reasons. This has led to a surge in demand for gluten-free products, which are now widely available in supermarkets, health food stores, and online.

The market for gluten-free products has grown rapidly in response to increasing consumer demand. According to a report by Grand View Research, the global gluten-free product market size was valued at USD 21.61 billion in 2020 and is expected to grow at a

compound annual growth rate (CAGR) of 9,5 % from 2021 to 2028. This growth is driven by factors such as rising health concerns, growing awareness about celiac disease and gluten intolerance, and an increasing number of people adopting gluten-free diets as a lifestyle choice.

Gluten is a protein found in wheat, barley, and rye, and is often used in the production of various food products such as bread, pasta, and baked goods. People with celiac disease or gluten intolerance cannot digest gluten properly, leading to various health problems such as digestive issues, fatigue, and headaches. This has led to a growing demand for gluten-free products that are safe for consumption by people with these conditions.

The market for gluten-free products includes a wide range of food items such as bread, pasta, baked goods, snacks, and beverages. These products are typically made using alternative ingredients such as rice flour, corn flour, and potato starch, which do not contain gluten. Many gluten-free products are also fortified with additional nutrients to ensure that they provide the same nutritional benefits as their gluten-containing counterparts [3].

The gluten-free market is not only driven by people with celiac disease or gluten intolerance, but also by health-conscious consumers who are looking for alternative food options. Gluten-free products are often perceived as healthier than their gluten-containing counterparts, and are therefore popular among people who are trying to lose weight or maintain a healthy lifestyle.

The growing demand for gluten-free products has led to an increase in innovation and development within the industry. Many companies are now offering a wider range of gluten-free products, including ready-to-eat meals and snacks. This has made it easier for people with gluten intolerance or celiac disease to find suitable food options that fit their dietary requirements [2].

The market for gluten-free products has grown rapidly in recent years, driven by increasing consumer demand and awareness about celiac disease and gluten intolerance. This has led to a wide range of gluten-free products being made available in supermarkets, health food stores, and online. With the ongoing innovation and develop-

ment in the industry, it is expected that the market for gluten-free products will continue to grow in the coming years.

The growth of the gluten-free market has led to increased competition among manufacturers, with many companies investing in research and development to create new and innovative gluten-free products. Some companies have even gone entirely gluten-free in their product lines, catering specifically to the growing demand.

One of the challenges in the gluten-free market is maintaining the taste and texture of products while removing gluten. Gluten is responsible for the elasticity and chewiness of many baked goods, so manufacturers often use alternative ingredients such as rice flour, potato starch, and tapioca starch to mimic the same properties.

Another challenge is ensuring the safety of gluten-free products. Cross-contamination can occur during production, transport, and storage, leading to unintended gluten exposure for those with celiac disease or severe gluten sensitivity. To address this issue, many companies have implemented strict testing and certification processes to ensure their products are truly gluten-free [1].

In conclusion, the market for gluten-free products has seen significant growth and shows no signs of slowing down. While it originated from a need to cater to those with gluten intolerance and celiac disease, it has expanded to include health-conscious consumers seeking alternative diets. As the market continues to grow, manufacturers will need to focus on maintaining the taste and texture of products while ensuring their safety and purity.

References

1. Missbach B., Schwingshackl L., Billmann A., Mystek A., Hicklsberger M., Bauer G. et al. Gluten-free food database: the nutritional quality and cost of packaged gluten-free foods. *PeerJ* 2015; 3:e1337. doi: 10.7717/peerj.1337.
2. Shewry P. What is gluten – why is it special? *Front Nutr* 2019; 6: 101. doi: 10.3389/fnut.2019.00101.
3. Vici G., Belli L., Biondi M., Polzonetti V. Gluten free diet and nutrient deficiencies: a review. *Clin Nutr* 2016; 35(6): 1236–41. doi: 10.1016/j.clnu.2016.05.002.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І ВНУТРІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ ТА КРАЇН СВІТУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Балабан П. Ю., Овсієнко А. М.

Методичні підходи до визначення стратегії розвитку підприємств малого торговельного бізнесу 6

Войт Б. Р.

Основні тенденції розвитку національної економіки України в умовах воєнного часу 9

Герчіков М. О.

Ризики банківського бізнесу в Україні..... 12

Главацька А. О., Зомчак Л.

Дистрибутивно-лагова модель залежності обсягу валового внутрішнього продукту від обсягу роздрібної торгівлі України 15

Гудзь Т. П., Литвинюк М. В.

Діалектика взаємозв'язку категорій «рівновага» та «криза» 17

Жукова Л. М., Лобач І. С.

Вплив викликів глобалізації на розвиток інформаційно-мережевого бізнесу в Україні 19

Клочник О. В., Зомчак Л.

Аналіз зв'язку між середньою заробітною платою та роздрібними продажами України методом Альмон 23

Константиновський Л. Л.

Огляд «директиви щодо корпоративної звітності про сталий розвиток» та її вплив на підприємства сфери ритейлу України 27

Kostov I.

Effects of rising interest rates on companies' financial stance. Possible management Approaches 32

Логвин М. М., Мороз М. В. Організація молодіжного туризму в Україні	35
Логвин Д. М., Ружинський І. Ю. Організація туристичного сектору в Прибалтиці як досвід для України.....	39
Лозова О. В. Транснаціоналізація, як ключовий фактор формування глобальної світової економіки.....	43
Марченко О. О., Михайленко О. М. Санкційний комплаєнс як елемент комплаєнс-контролю підприємства	46
Момот В. Є., Литвиненко О. М. Підтримка торгівельної діяльності вітчизняних підприємств під час війни	50
Овсієнко А. М. Матриця Мак Кінзі як інструмент обґрунтування стратегії розвитку підприємств середнього бізнесу у сфері торгівлі.....	53
Проскурня Н. В. Виклики сталому розвитку українського бізнесу в умовах війни	56
Сапожник Д. І. Підвищення глобальної конкурентоспроможності національної економіки	59
Stetsenko V. V. Innovations and Opportunities for the US war economy	62
Черепанова В. О., Кобєлєва Т. О., Перерва П. Г. Міжнародні стратегії управління стратегічними змінами.....	64
Шуканов П. В., Гапон Р. О., Кириченко А. О. Культурно-пізнавальна привабливість туристичної індустрії Житомирської області	68

Шуканов П. В., Калініченко І. С., Слободська Д. С. Особливості розвитку екологічного та сталого туризму у Волинській області	71
---	----

Шуканов П. В., Ярченко О. О. Особливості впливу культурно-пізнавального туризму на сучасну молодь	74
--	----

СЕКЦІЯ 2

ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТОРГІВЛІ

Дробиш Л. В., Карпенко Ю. В. Особистісний саморозвиток як чинник професійного зростання фахівців сфери туризму	79
---	----

Yessenbayeva G. A., Kakenov K. S. The opportunities and the prospects for the introduction of the dual educational systems in the higher education institution	82
---	----

Kononenko O. The importance of the method of communication in the process of learning a foreign language	86
---	----

Краус К. М., Іщенко І. С. Створення цифрового освітнього кампусу: нові можливості та виклики	88
---	----

СЕКЦІЯ 3

СТРУКТУРНІ ЗМІНИ РИНКУ ПІД ВПЛИВОМ МЕРЕЖЕВИХ ОПЕРАТОРІВ. СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ ЯК МЕРЕЖЕВА СИСТЕМА ТОРГІВЛІ

Балабан П. Ю., Балабан М. П. Оптова торгівля споживчої кооперації як організатор товаропостачання роздрібної торгівельної мережі: історичні аспекти розвитку	92
--	----

Балабан П. Ю., Балабан М. П., Новохатка А. М. Оптова торгівля споживчої кооперації: історичні аспекти розвитку. Перший етап	95
Дроботя Я. А., Пархоменко Р. М., Аранчій Д. С. Діяльність кредитних спілок в умовах викликів війни.....	99
Лісіца В. В., Рудич Ю. В. Стан та тенденції розвитку ринку праці у мережевому ритейлі за умов воєнного стану.....	102

СЕКЦІЯ 4

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Барибіна Я. О. Комунікації в управлінні віртуальними командами.....	106
Брусов Н. О. Актуальні проблеми менеджменту торговельних підприємств в умовах кризи та невизначеності, викликаних війною.....	108
Верезомський Д. Р., Яценко О. О. Оборонний кризовий менеджмент як метод управління підприємством в умовах війни	111
Власенко В. А., Коваль Є. Д. Розробка ефективної організаційної структури управління підприємством в умовах трансформації національної економіки	113
Власенко В. А., Онищенко В. О. Особливості формування системи організаційно-розпорядчих методів управління підприємством в умовах діджиталізації.....	116
Власенко В. А., Ткаченко О. І. Реалізація ефективної системи психологічних методів управління підприємством в умовах трансформаційних змін.....	120

Гнідова Б. О., Ахновська І. О.

Концепція ощадливого виробництва lean: світовий досвід..... 124

Гриценко В. С.

Сутність кризового менеджменту через
ідентифікацію поняття кризи 127

Гусаковська Т. О., Рибалко-Рак Л. А., Святний Л. О.

Особливості формування системи управління
інтелектуальним капіталом торговельного підприємства..... 129

Косенко А. В., Гуцан О. М., Погорєлова Т. О., Перерва П. Г.

Розвиток персоналу: управління,
мотивація, аудит, психологія..... 132

Кужель Н. Л.

Онбординг персоналу на торговельних
підприємствах в умовах воєнного стану 136

Кушнір Т. М.

Проблемні аспекти відносин
із покупцями у сфері торгівлі..... 138

Наумов Е. О., Кононенко Ж. А.

Фактори вибору товарів та послуг на ринку споживачів 141

Пивоварська К. К.

Можливості дошок Trello для організації
роботи віддаленої команди..... 143

Савченко О. І., Кучинський В. А., Погорєлова Т. О.,

Гуцан О. М., Перерва П. Г.

Характеристика технологій
управління персоналом 147

Шматько О. С., Бутенко Д. С.

Застосування сучасних інформаційних
технологій у підприємницькій діяльності 150

Яцина В. В.

Відновлення потенціалу торговельних
підприємств в умовах воєнного стану 154

СЕКЦІЯ 5

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МЕРЕЖЕВОГО БІЗНЕСУ ТА ТОРГІВЛІ

Karimov I. I., Juraeva N. A.

Improvement of innovative development
of network business 157

Дюжєв В. Г., Кобєлєва Т. О., Глїзнуца М. Ю., Перєрєва П. Г.

Інтелектуальні права креативного бізнесу 160

Kavun-Moshkovska O.

Innovative technologies of Walmart
supply chain management 164

Крїль М. М., Фрєнїв І. А.

Інноваційні підходи у сфері гуртової торгівлі 168

Nenkov Dimiter.

The contemporary stock market: innovative
development, but also repeating the mistakes of the past..... 172

Тягунова Н. М., Тягунова З. О.

Тренди розвитку власних торгових
марок сучасного рітейлу 175

Yusupov G. G.

Digitalization of the marketing activity of the
enterprise and its prospective directions..... 179

СЕКЦІЯ 6

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕРЕЖЕВОГО БІЗНЕСУ

Бондар-Підгурська О. В.

Підтримка розвитку та конкурентоспроможності
бізнесу в ситуаціях війни та післявоєнної
розбудови України: зміни у логістиці 183

Іванов Ю. В.

Цифрові інновації в логістиці:
віртуальні склади та дрони 186

Козюра І. В.

Особливості муніципальної логістики в
періоди криз та повоєнного відновлення 189

Місюкевич В. І., Трушкіна Н. В.

Управління клієнтським досвідом у системі логістичного
менеджменту торговельних підприємств..... 191

Настека М. В.

Інвестиції в логістику: проблеми та перспективи 195

Остряніна С. В.

Місце логістичного менеджменту в
системі менеджменту підприємства 197

Сисоєв В. В.

Логістичне забезпечення мережевих структур бізнесу 201

Скрипкін Д. М., Бурковська А. І.

Логістичний менеджмент як інструмент
мережевого бізнесу..... 205

Ткачук С. Р., Салімон О. М.

Формування фінансової стратегії готельних мереж для
підвищення конкурентоспроможності на ринку 208

Чайка І. П., Хурса О. В.

Університетський кластер як логістичний
інструмент для мережевого бізнесу..... 211

Шимановська-Діанич Л. М., Шимановська В. Л.

Креативно-цифровий підхід до логістичного
менеджменту в умовах війни 213

Шитікова Л. В., Самсонова І. А.

Системний підхід при формуванні логістичних
ланцюгів у реаліях сьогодення 216

СЕКЦІЯ 7

ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ. МАРКЕТИНГ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Бірта Г. О., Бургу Ю. Г.

Показники якості м'яса свинини.....220

Гайденко Є. Ю.

Забезпечення продовольчої безпеки в умовах війни222

Galymov D. Z., Yesenbayeva G. A., Erubayeva D.

Falsification of dairy products in the republic of kazakhstan.....224

Глізнуца М. Ю., Синіговець О. М., Перерва П. Г.

Проблеми управління міжнародними проектами.....228

Демидчук Л. Б.

Комерційна діяльність транспортно-експедиційного підприємства в умовах ринку.....230

Дюжєв В. Г., Матросова В. О., Подрез О. І., Перерва П. Г.

Джерела ефективної транснаціоналізації світової економіки234

Yerubayeva D. S., Akhmetova A. B.

Quality and competitiveness of dairy products of “Balkashsut” LLP.....238

Жиляков С. В.

Аутсорсинг маркетингу в контексті підвищення конкурентоспроможності на фармацевтичному ринку240

Звягольська І. М.

Ентеровірусні інфекції як вірогідний біологічний ризик для здоров'я подорожан, перебуваючих в просторі туризму.....243

Kakenov K. S., Yessenbayeva G. A., Kusainov D. I.

Current problems of development and application of standards in Kazakhstan247

<i>Maldybayeva M. N., Ygytay Z. Q.</i>	
Modern trends and prospects for the production of combined meat products of herodietic purpose.....	250
<i>Міщенко Д. А., Боровльова А. О., Юдіна А. Р.</i>	
Методи та стратегії маркетингу для підвищення конкурентоспроможності товарів	254
<i>Проскурня О. М., Сусліков С. В., Перерва П. Г.</i>	
Сутність потенціалу конкурентоспроможності підприємства.....	257
<i>Разумова Г. В., Оскома О. В.</i>	
Ринок молочних продуктів України в умовах війни.....	261
<i>Романюк І. А.</i>	
Роль виробників та споживачів у забезпеченні якості та конкурентоспроможності товарів	263
<i>Рябцев Д. О., Юрко І. В.</i>	
Фінансова грамотність як чинник формування інвестиційних ресурсів домогосподарств	266
<i>Floka L.</i>	
Modern market of gluten-free products.....	269
<i>Чуйко М. М.</i>	
Бенчмаркінг у роботі інтернет-магазинів.....	272
<i>Шалева О. І.</i>	
Використання мерчендайзингу для підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств	274
<i>Shokhinova A. M.</i>	
Problems of nanotechnology in the development of new technologies of dairy products.....	277
<i>Юрко І. В., Нос Є. Ю.</i>	
Проблеми та переваги розвитку агрокластерів в Україні.....	282

Наукове видання

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

XIII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року)

Дизайн обкладинки *П. В. Кійченко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 17.
Зам. № 300/2012.

Видавець і виготовлювач
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.