

60
років
УСПІХУ



МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ
ХІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(м. Полтава, 27–28 квітня 2021 року)



Полтава
2021

**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

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

*А. Абдугаффоров, д. э. н., профессор;
Ф. Ф. Мамаджанов, магистрант
ИЭТ ТГУК, г. Худжанд*

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В УСЛОВИЯХ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Сейчас ни у кого уже не вызывает сомнения, что грамотное и продуманное стратегическое управление в условиях современной экономики является важнейшим и основополагающим условием успеха любого предприятия. В общем смысле стратегия управления – это план управления фирмой, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей. Стратегия управления современной фирмой охватывает огромное количество функций и подразделений: снабжение, производство, финансы, маркетинг, кадры, научные исследования и разработки. Принятие стратегического выбора означает связывание бизнес-решений и конкурентоспособных действий, собранных по всей компании, в единый узел. Это единство действий и подходов отражает текущую стратегию предприятия.

Хорошо продуманное стратегическое видение готовит компанию к будущему, устанавливает досрочные направления развития и определяет намерение компании занять конкретные деловые позиции.

Разработка стратегии является одной из основных функций менеджмента. Среди всего, что выполняет менеджер, найдется немного того, что в такой значительной мере влияет на благополучие компании, как разработка долгосрочной стратегии, развитие конкурентоспособных и эффективных стратегических действий и бизнес-подходов и выполнение стратегии таким образом, чтобы достичь намеченных результатов.

2. Послуги туристичні. Засоби розміщення: ДСТУ 4527:2006. Вилучено з: https://www.tic.in.ua/?page_id=4425&lang=uk
3. Послуги туристичні: ДСТУ 4269:2003. Класифікація готелів.
4. Класифікація показників якості готельних послуг. Вилучено з: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe
5. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Эдвардс Деминг ; пер. с англ. – 5-е изд. – Москва : Альпина Паблицер, 2012. – 419 с.
6. Чередниченко А. О. Якість надання послуг підприємствами готельного господарства як ключовий фактор привабливості в туристичній галузі / А. О. Чередниченко, М. В. Калінін// Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Луцьк, 8.12.2016 р.). – Луцьк : Луцький НТУ, 2016. – Ч. 3. – 656 с. – С. 209–211.

*С. Е. Мороз, к. пед. н., доцент;
О. В. Калашник, к. т. н., доцент
ПДАУ, м. Полтава;
О. В. Кириченко, к. т. н.
ПУЕТ, м. Полтава*

ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ЛАМІНОВАНОГО ПІДЛОГОВОГО ПОКРИТТЯ В УКРАЇНІ

Світ будівельних матеріалів пропонує споживачеві величезну кількість підлогових покриттів для будь-якого бюджету і інтер'єру, проте, навіть серед цього розмаїття можна виділити явного лідера – ламіноване підлогове покриття. Насамперед, це обумовлено великою кількістю позитивних якостей цього опоряджувального матеріалу для підлоги, серед яких можна відзначити: візуальну привабливість, демократичну ціну, довговічність, розраховану не менше ніж на 30 років; легкість в догляді і стійкість до зовнішніх чинників; швидкий монтаж і демонтаж, з можливістю виправити помилки.

Як зазначають експерти, з 2016 року, вітчизняний ринок підлогового покриття демонструє стале зростання, яке відбувається більшою мірою завдяки сегменту ламінату. Необхідно акцентувати, що, що ламіноване покриття для підлоги порівняно з паркетом має доступнішу ціну при хороших експлуатаційних ха-

рактеристиках. Паркет є прерогативою житлових приміщень. У комерційному секторі він використовується вкрай рідко через недостатній рівень зносостійкості. Винятком є невеликі приміщення представницького характеру, де необхідно підкреслювати статус і високий ціновий сегмент пропонованих товарів і послуг [1].

Варто зазначити, що виробники ламінованого підлогового покриття, в основному, є також виробниками продукції суміжних галузей – настінного покриття, МДФ- і OSB-плит, вагонки, дерев'яних опор, плінтусів тощо. Єдиним крупним виробником ламінованого покриття для підлоги в Україні є ПАТ «Коростенський завод МДФ», яке випускає продукцію під торговельною маркою REZULT. Примітним є те, що все обладнання «Коростенського заводу МДФ» поставлено і змонтовано німецькою компанією Simpelkamp, що зумовлює стабільну якість готових виробів.

Окремо необхідно зауважити, що більшість вітчизняних деревообробних підприємств – це суб'єкти малого бізнесу, які залежні і від ключових постачальників сировини і від споживачів їх продукції. Такі підприємства не володіють достатніми інвестиційними ресурсами для впровадження інноваційних технологій у виробничий процес. І ще один суттєвий аспект: ринок деревообробної продукції в Україні частково є тіньовим, а його учасники мають обмежений досвід розбудови сучасних бізнес-процесів і налагодження корпоративного управління, що, своєю чергою, стримує їх доступ до капіталу та інтеграцію у відповідні ринки ЄС [2]. Динаміку обсягів реалізованої промислової продукції за видом діяльності 16 «Оброблення деревини та виготовлення виробів з деревини та корка, крім меблів; виготовлення виробів із соломки та рослинних матеріалів для плетіння» за КВЕД-2010 протягом 2014–2020 рр. [3] наведено на рис. 1.

Як показує аналіз, у 2020 році обсяги реалізації виробів з деревини становили 36 288,5 млн грн, що склало 1,5 % до загального обсягу реалізованої промислової продукції. Доцільно взяти до уваги те, що із даного обсягу реалізованої промислової продукції за межі країни було експортовано товару на суму 21 068,9 млн грн. [4]. Варто зазначити, що Україна має власну

сировинну базу, однак, при значних обсягах виробництва в лісопилній промисловості, основну частину експорту становлять напівфабрикати – дошки, профільований погонаж.

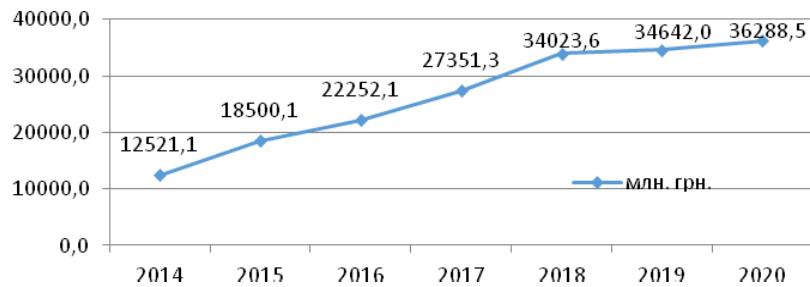


Рисунок 1 – Динаміка обсягів реалізованої промислової продукції за кодом 16 відповідно до КВЕД-2010

За даними Державної служби статистики у 2019 році на вітчизняних підприємствах із виготовлення виробів з деревини, виробництва паперу та поліграфічної діяльності індекс промислової продукції становив 94,2 %, у т. ч. в обробленні деревини та виготовленні виробів з деревини та корка – 104,2 % [4].

Одним із чинників, які негативно вплинули на обсяги ринку підлогових покриттів є скорочення обсягів житлового квартирного будівництва. Введення в експлуатацію житлових будинків в Україні має різноспрямовану динаміку, але зі спадаючою тенденцією: у цілому у 2018 році житлових квадратних метрів було введено більш, ніж на 20 % менше, ніж у 2015 році [4] (рис. 2).

Зауважимо, що не зважаючи на вищезначені негативні тенденції, починаючи з 2016 року, ринок ламінату в Україні демонструє стабільне зростання. Так, згідно з даними Європейської асоціації виробників ламінованих підлогових покриттів (EPLF) у 2016 році: обсяг продажів ламінату в Україні склав 6,2 млн м², у 2017 році – відповідно 7,4 млн м², що на 18,4 % ніж у попередньому році. 2018 рік продемонстрував сповільнення, проте була досягнута позначка у 4 % відносно минулого року. Кількісно, в Україні за цей період було реалізовано 7,6 млн м² ламінованого підлогового покриття [5].



Рисунок 2 – Динаміка введення в експлуатацію об'єктів житлової нерухомості в Україні у 2015–2019 рр., млн м²

Особливістю вітчизняного ринку ламінованого покриття для підлоги є повне домінування іноземного виробника з Німеччини, Швеції, Бельгії, Австрії, Норвегії та висока конкуренція. Найбільша кількість плит деревоволокнистих, у т. ч. ламінованих імпортується в Україну з Польщі, Німеччини та Білорусі. За підсумками 2020 року в Україну було ввезено плит деревоволокнистих з деревини на суму 139 137 тис. дол. США. Обсяги реалізації виробів з деревини становили 36 288,5 млн грн, що склало 1,5 % до загального обсягу реалізованої промислової продукції. Ринок ламінованого покриття для підлоги має достатній потенціал для розвитку. Не зважаючи на складні умови, в яких сьогодні знаходиться вітчизняне виробництво деревоволокнистих плит, в Україні існує великий економічний і соціальний потенціал розвитку галузі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналіз ринку підлогового покриття в Україні. 2019 рік [Електронний ресурс] – URL: <https://bit.ly/3sYYG1K>. (дата звернення: 11.04.2021 р.). – Назва з екрана.
2. Переробна промисловість регіонів України: проблеми та перспективи розвитку : монографія; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»; наук. редактор д. е. н., проф. С. О. Іщук. – Львів, 2020. – 341 с.

3. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності [Електронний ресурс]. – URL: <https://bit.ly/3sZos5Y> (дата звернення: 11.04.2021 р.). – Назва з екрана.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 11.04.2021 р.). – Назва з екрана.
5. Асоціація європейських виробників ламінованих підлогових покриттів [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – URL: <https://www.erplf.com/ru> (дата: звернення: 11.04.2021 р.). – Назва з екрана.

*Д. С. Нієзов, к. э. н., ст. преподаватель
ИЭТ ТГУК, г. Худжанд*

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СУПЕРМАРКЕТОВ ЭКСПЕРТНЫМ МЕТОДОМ

Совершенствование системы управления конкурентоспособностью супермаркетов, разработка оптимальных стратегий развития с учетом особенностей национальной экономики и востребованностью предоставляемых услуг населению, является актуальной задачей, как с позиции теории, так и практики хозяйственной деятельности [1, 2, 3].

За период 2020 год, лидирующие место на потребительском рынке г. Худжанда занимают пять супермаркетов, доля которых в структуре розничного товарооборота продовольственных товаров города Худжанда составляет от 9,2 до 20,0 % [4].

Таблица 1 – Динамика рыночной доли пяти супермаркетов по продаже продовольственных товаров г. Худжанда за 2019–2020 гг. (тыс. сомони)

№	Наименование магазинов	2019 год		2020 год		Отклонение (+, -)	
		объем продаж	доля, %	объем продаж	доля, %	сумма	уд. вес, %
1	«Анис»	9 422,9	16,2	12 883	20,0	3 460,1	53,1
2	«Оазис-2»	5 568,5	9,6	6 633,5	10,3	1065	16,3
3	«Мухаё»	6 041,8	10,4	6 545,9	10,1	504,1	7,7
4	«Хуршед+»	7 493,5	12,9	6 411,7	9,9	-1 081,8	16,6
5	«Амид»	5 591,5	9,6	5 936,6	9,2	345,1	5,3

Составлено автором [4]

Доминирующие факторы конкурентоспособности были определены на основе репрезентативной выборки 6 экспертов – мар-

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., Шаронов 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> Проблеми 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>Деженя 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 україномовних 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>Ищайкін 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**

Ковачевич М. М. Торговый баланс и прямые иностранные
 инвестиции в Болгарии в условиях COVID-19..... 184

Абдуганиев Ш. К., Панфилова М. В. Особенности
 развития рынка туристических услуг в Республике
 Таджикистан 187

Гайденко Є. Ю. Класифікація факторів
 конкурентоспроможності української медової продукції
 на ринках світу..... 190

Дробиш Л. В., Карпенко Ю. В. Якість туристичних послуг
 як чинник прибутковості туристичних підприємств 193

Єдіна А. В., Капліна А. С. Хостел-мережі – альтернатива
 традиційним засобам розміщення в Україні..... 197

Звягольська І. М. Вплив водного фактору на стан здоров'я
 подорожуючої людини: медико-мікробіологічні аспекти..... 200

Какенов К. С., Есенбаева Г. А. Основные направления
 развития информационного обеспечения стандартизации
 в РК 204

Карбаева А. Е. Продовольственная безопасность и её
 состояние в условиях глобальной пандемии 207

Каримова Б. Н. Определение кислотности хлеба
 различных производителей 211

Карпенко В. Д. Управління якістю як основа
 конкурентоспроможності закладу готельно-ресторанного
 бізнесу..... 214

Кобищан Г. Д., Басова Ю. О., Губа Л. М. Інновації в
 текстильному виробництві 218

Косирнікова В. Ю., Капліна А. С. Якість надання послуг –
 фактор привабливості туристичного комплексу в Черкасах.... 222

Мороз С. Е., Калашник О. В., Кириченко О. В. Тенденції
 ринку ламінованого підлогового покриття в Україні 225

Нижзов Д. С. Управление конкурентоспособностью
 супермаркетов экспертным методом..... 229