

# МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ  
Х МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(м. Полтава, 27-28 квітня 2020 року)



Полтава  
2020

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

**Білоруський торгово-економічний університет  
споживчої кооперації**

**Карагандинський економічний університет  
Казспоживспілки**

# **МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ**

**МАТЕРІАЛИ**

**X Міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції**

*(м. Полтава, 27–28 квітня 2020 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2020**

**Высшее учебное заведение Укоопсоюза  
«ПОЛТАВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»  
(ПУЭТ)**

**Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации**

**Карагандинский экономический университет  
Казпотребсоюза**

# **СЕТЕВОЙ БИЗНЕС: СТАНОВЛЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ИННОВАЦИИ**

**МАТЕРИАЛЫ**

**X Международной научно-практической  
интернет-конференции**

*(г. Полтава, 27–28 апреля 2020 года)*

**Полтава  
ПУЭТ  
2020**

### **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., доцентка кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, деканеса факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;  
**П. Ю. Балабан**, к. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;  
**В. І. Місюкевич**, к. е. н., доцентка 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., доцентка кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;  
**В. В. Лісіца**, к. е. н., доцентка кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ.

**Мережевий** бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали Х Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2020 року). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 293 с. – Текст укр., рос., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-375-1

У матеріалах Х 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 та 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.*

### **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, декан факультета товароведения, торговли и маркетинга 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 X Международной научно-практической интернет-конференции (г. Полтава, 27–28 апреля 2020 года). – Полтава : ПУЭТ, 2020. – 293 с. – Текст укр., рус., англ. языками.

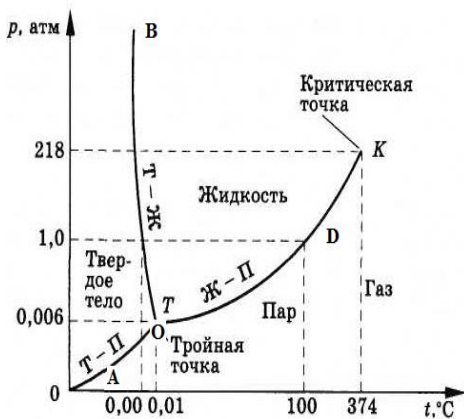
ISBN 978-966-184-375-1

В материалах X Международной 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.

*Материалы печатаются в авторской редакции языками оригиналов.*

© Высшее учебное заведение Укоопсоюза  
«Полтавский университет экономики и  
торговли», 2020



ОД – кривая кипения (испарения) между паром и жидкостью.  
 ОБ – кривая плавления (кристаллизации) – равновесие между жидкостью и льдом.  
 ОА – кривая сублимации (возгонки) – равновесие между паром и льдом.  
 Точка О – тройная точка воды, равновесие между тремя фазами.  
 Точка К – критическая точка, выше этой точки нельзя получить жидкую фазу ни при каком давлении.

Рисунок 1 – Диаграмма Р. Молье или h, s  
 схема тройной точки воды

Данная диаграмма также применяется, для расчёта испарение в системах охлаждения.

В настоящее время для сублимации применяются специальные сушильные установки называемые сублиматорами.

Рассмотрим метод сублимационной сушки для консервирования мяса и мясопродуктов.

При сублимационной сушке – замороженное мясо обезвоживается путем возгонки (сублимации) льда.

Технологический процесс сублимирования мяса включает следующие основные этапы: отбор сырья без соединительной ткани и жира, замораживание, при этом теряется до 75 % влаги, сублимация при температуре ниже 15–20 °С, упаковка в герметичную тару, хранение – 6–8 месяцев, восстановление от 5–10 минут при температуре 40–60 °С.

Таким образом, выявим достоинства и недостатки сублимационной сушки мяса и представим ее в табл. 1.

**Таблица 1 – Достоинства и недостатки сублимированного мяса**

<b>Достоинства</b>	<b>Недостатки</b>
Качественное сырье без жира и соединительной ткани (применение: диетическое и детское питание)	Дороговизна сублимационного мяса (5 раз) Энергозатраты
Единственный способ, консервирования при котором сохраняется до 96 % нутриенты, а также все полезные свойства свежего сырья	Потер и исходного сырья 5–10 %
Длительность хранения, облегченная перевозка	–
Быстро восстанавливается после сублимации	–
Сублимированный продукт теряет только воду, а сушеный продукт и питательные вещества и в первоначальный вид вернуть нельзя	

#### **Список использованных информационных источников**

1. Гуйко Э. И. Сублимационная сушка пищевых продуктов / Э. И. Гуйко, И. К. Журавская, Э. И. Каухчешвили. – Москва : Пищевая промышленность, 1966. – 357 с.
2. <http://www.xn----7sbbhn4brhhfdm.xn--p1ai/sublimatsionnaya-sushka.html>.
3. <https://www.prosushka.ru/7-sublacionnaya-sushka-produkcii.html>.
4. <http://tbbb.ru/food-safety/advantages-and-disadvantages-of-freeze-drying-food/>

*А. П. Кайнаш, к. т. н., доцент;  
Н. В. Будник, к. т. н., доцент  
ПДАА, м. Полтава*

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ МОРОЗИВА НА МОЛОЧНІЙ ОСНОВІ**

Морозиво відноситься до одного з найбільш популярних видів десерту. Високі споживчі якості цього продукту визначають постійний попит на нього. Немає сумнівів, що найбільше

полюбляють морозиво діти. Тому, перевірка якості морозива, особливо вітчизняних виробників, є актуальною.

Метою роботи є дослідження якості морозива на молочній основі вітчизняних виробників на відповідність вимогам нормативних документів.

Для проведення дослідження було взято зразки морозива на молочній основі вітчизняних виробників: зразок № 1 морозиво «Україночка» ТМ «Три ведмеді», зразок № 2 морозиво «Белая Бяроза» ТОВ «Ласунка», зразок № 3 морозиво «Ескімо» виробництва Житомирського холодокомбінату ТМ «Рудь».

Оцінка якості морозива була проведена згідно ДСТУ 4733:2007 «Морозиво на молочній основі. Загальні технічні умови» [1]. З органолептичних показників визначали: смак і запах, структуру та консистенцію, колір, зовнішній вигляд.

За результатами органолептичної оцінки якості морозива було встановлено, що смак і запах в усіх зразках були чисті, характерні для даного виду морозива, без сторонніх присмаків і запахів. За зовнішнім виглядом всі порції різної форми, перші два зразки покриті глазур'ю, а зразок № 3 – без глазури, механічних пошкоджень не виявлено. Структура всіх дослідних зразків однорідна, консистенція слабо сніжиста. Колір усіх зразків морозива був характерний, рівномірний за всією масою.

Під час проведення органолептичних досліджень була проведена дегустація за 20-ти бальною шкалою. За результатами бальної оцінки зразків морозива встановлено, що зразок морозива ТМ «Ласунка» отримав найбільшу кількість балів, що відповідає відмінній якості. Зразок морозива «Україночка» ТМ «Три ведмеді», за отриманими балами, відповідає добрій якості. А зразок морозива «Ескімо» виробництва ТМ «Рудь», згідно набраних балів, має задовільну якість.

Дослідження мікробіологічних показників проводили згідно стандартних методик [2]. Результати мікробіологічних показників якості морозива показали, що лише один із досліджуваних зразків за показниками кількості МАФАНМ, відповідав вимогам стандарту ДСТУ 4733:2007 [1]. Особливо ці порушення стосувалися наявності бактерій групи кишкових паличок (коліформи) та

*Staphylococcus aureus*, вміст яких, згідно зі стандартом, не допускається взагалі.

Під час вивчення культуральних та морфологічних особливостей виявленої мікрофлори фарбуванням за Грамом в усіх зразках були виявлені Гр+ та Гр- бактерії, паличкоподібної форми, які були розташовані поодинокі або попарно, дрібні 1–3 мкм, середні 3–5 мкм та за розміром, спороутворюючі, з центральним розташуванням спор. При дослідженні колоній, що виростили на поживному середовищі С/А в зразку № 1 «Україночка» було виявлено колонії дріжджів та грибів. Дріжджі, молочно-білого кольору, форма колонії округла, форма краю зубчаста. Колонії грибів, сірого кольору, форма колонії округла, форма краю гладенька. В зразку № 2 «Белая Бяроза», було виявлено колонії одного типу: діаметром 5–25 мм, колір молочно-білий, форма колонії концентрична, профіль колонії – плоский, форма краю – зубчаста, поверхня колонії – гладка, структура колонії – однорідна, оптична властивість колоній – матова, консистенція слизька. В зразку № 3 було виявлено колонії одного типу: діаметром 5–10 мм, колір молочно-білий, форма колонії кругла з фестончатим краєм, профіль колонії – ввігнутий, форма краю – зубчаста, поверхня колонії – бугриста, структура колонії – однорідна, оптична властивість колонії – матова, консистенція слизька.

Таким чином, у результаті дослідження встановлено, що досліджувані зразки морозива на молочній основі «Україночка» ТМ «Три ведмеді», «Белая Бяроза» ТОВ «Ласунка», «Ескімо» виробництва Житомирського холодокомбінату ТМ «Рудь» за органолептичними показниками повністю відповідають вимогам ДСТУ 4733:2007 [1]. За результатами досліджень мікробіологічних показників: кількість МАФАНМ, кількістю грибів та дріжджів дослідні зразки морозива на молочній основі не відповідають вимогам діючого стандарту.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Морозиво на молочній основі. Загальні технічні умови : ДСТУ 4733:2007. – [Чинний від 2010-04-01]. – Київ, 2010. – 23 с. – (Інформація та документація).

- день Європи та Міжрегіональна виставка-турсалон «Відпочивайте на Полтавщині» (м. Полтава);
- обласне свято кобзарського мистецтва «Взяв би я бандуру» (сmt. Велика Багачка);
- обласне свято «Козацької слави цілюще джерело» (Шаргора Козельщанський район);
- обласне свято «Зелене свято Гончарового дитинства» (Кобеляцький район);
- обласне фольклорне свято «Купальські ігри на батьківщині Миколи Гоголя» (с. Гоголеве Шишацький район).

Варто зазначити, що проводяться окремі фестивалі, присвячені гастрономічній культурі. Саме такі дійства мають великі перспективи розвитку. Так в обласному центрі був започаткований Міжнародний гастрофестиваль «Полтавська галушка», кілька років поспіль проводяться фестиваль-квест «Борщик у глиняному горщику» (с. Опішня), Всеукраїнський полуничний фестиваль-ярмарок «Білецьківський край – полуничний рай», а 14 вересня 2019 р. в Опішні відбувся гастрофестиваль «СливаFest», на якому відвідувачі смакували сливами-угорками.

Перспективним є розробка гастротуру, який би поєднав дегустацію давніх страв української кухні, згаданих у «Енеїді» І. П. Котляревського. Цим туристичним маршрутом можна поєднати Київ, Лубни, Решетилівку, Полтаву і Опішню.

Отже, попит на послуги гастрономічного туризму передусім обумовлено наявністю відповідних туристичних ресурсів – від діючих підприємств ресторанного господарства та гастрономічних заходів до об'єктів гастрономічної та кулінарної спадщини.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І. Басюк // Наукові праці НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
2. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму / В. О. Омельницька // Приазовський економічний вісник. – Вип. 1(06). – 2018. – С. 15–20.
3. Оніщук Л. М. Розвиток різних видів туризму на Полтавщині / Л. М. Оніщук, Я. С. Кольчик // Край. – 2011. – № 12 (92). – С. 4–5.
4. Хоменко Ю. Туристичний інтерактив для Полтавщини: смачні гастрофестивалі та креативні екскурсії / Ю. Хоменко // Зоря Полтавщини. – 2019. – 17 верес. (№ 71). – С. 10.

## ЗМІСТ

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

---

---

<i>Авазматова Г. Н.</i> Устойчивое развитие предпринимательства как социально-экономический фактор общества.....	5
<i>Андрусенко Є.</i> Застосування системи державних закупівель ProZorro (Прозоро) .....	9
<i>Балабан П. Ю., Мехеда К. І., Галицька Я. Ю.</i> Ефективність використання економічного потенціалу оптових торговельних підприємств .....	12
<i>Брацун А. О.</i> Аналітика – ефективний спосіб управління змінами в роздрібній торгівлі .....	15
<i>Деценя С. А., Яцевич Н. В.</i> Роль внешней торговли в предпринимательском секторе Республики Беларусь .....	16
<i>Ищейкін Т. Є., Місюкевич В. І.</i> Світові тенденції та перспективи розвитку електронної комерції в Україні .....	20
<i>Кобищан Г. Д., Басова Ю. О., Губа Л. М.</i> Тенденції сучасного ринку канцелярських товарів.....	25
<i>Коробкин А. З., Якимик А. Я.</i> Оценка влияния «зеленой» экономики на появление экологических инициатив в ритейле Республики Беларусь .....	29
<i>Латинова П. О.</i> Оценка состояния и развития розничной торговли в Согдийской области Республики Таджикистан .....	33
<i>Липій Є. А.</i> Деякі питання правового регулювання державної реєстрації підприємницької діяльності .....	37
<i>Лісіца В. В., Денисова Ю. В.</i> Роль та напрями діяльності громадських організацій у сфері моніторингу та контролю публічних закупівель.....	40

<i>Лісіца В. В., Северін О. А.</i> Роль та напрями підвищення ефективності електронних публічних закупівель в Україні.....	43
<i>Логвин М. М., Логвин Д. М., Я. К. Денкова</i> Дестинація в структурі глобальної (регіональної) туристичної системи.....	45
<i>Локтева К. И., Быль А. В., Попова К. Р.</i> Рынок товаров секонд-хенд в Беларуси: тенденции, перспективы .....	48
<i>Макарова Н. Н.</i> Направления повышения эффективности использования основных средств организации .....	51
<i>Mihaylova-Borisova G.</i> Globalisation and Bulgaria's trade.....	55
<i>Ниёзов Д. С., Абдуганиев Ш. К., Панфилова М. В.</i> Методы оценки концентрации потребительского рынка продовольственных товаров г. Худжанда .....	58
<i>Овсієнко А. М.</i> Макроекономічне середовище та етапи розвитку внутрішньої торгівлі України .....	62
<i>Почоева М. А., Мадаминова Н. Т.</i> Сущность и значение малого предпринимательства в экономике РТ .....	67
<i>Ткаченко А. С.</i> Огляд вітчизняного ринку виробників органічних харчових продуктів .....	71
<i>Шогунбеков М. В.</i> Стимулирование экономики фискальной системой Республики Таджикистан .....	73

## **СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТОРГІВЛІ**

<i>Ахмедов К. А.</i> Развитие высшего образования как основа обеспечения рынка труда высококвалифицированными специалистами .....	78
<i>Есенбаева Г. А., Какенов К. С.</i> Современные управленческие подходы к обеспечению качества образования в вузе .....	81
<i>Каримов И. И., Саидов К. А.</i> Размещение фирм малого и среднего бизнеса и проблемы подготовки специалистов торговли в РТ (на примере Согдийской области) .....	84

<i>Лебедева С. Н.</i> Интеграция подготовки специалистов в области программирования и бухгалтерского учета как перспективная задача развития цифровой экономики в Республике Беларусь.....	89
<i>Майковська В. І.</i> Проблема ефективності методико-технологічних засобів формування підприємливості майбутніх фахівців в Україні.....	92
<i>Тухсанбоева Х. М.</i> Экологическая составляющая региональной экономической системы.....	96

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

<i>Балабан М. П., Іванов В. Ю.</i> Оптова торгівля споживчої кооперації: вдосконалення організаційних форм управління .....	100
<i>Балабан П. Ю., Іванов Ю. В., Курлейко Б. А.</i> Споживча кооперація України: тенденції розвитку в конкурентній економіці .....	103
<i>Балабан П. Ю., Мащенко В. П.</i> Кооперативний рух Фінляндії: тенденції розвитку .....	107
<i>Гайденко Є. Ю.</i> Вплив мережеских операторів на реалізацію медових енергетичних напоїв .....	109
<i>Джамолидинов С. Р.</i> Влияние конкурентной стратегии на развитие потребительского комплекса региона .....	112
<i>Лозова О. В., Сербін В. В.</i> Кооперативи. Міжнародний кооперативний альянс .....	116
<i>Лозова О. В., Сербін В. В.</i> Споживча кооперація України: стан та перспективи розвитку .....	119
<i>Юрко І. В., Огуй Я. В.</i> Зарубіжний досвід розвитку соціальних кооперативів.....	121

## **СЕКЦІЯ 4. МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

---

---

<i>Абдусаттарова Р. Ш.</i> Подбор работников в современных организациях, как эффективного использования способностей своих работников .....	126
<i>Барибіна Я. О.</i> Digital-комунікації як необхідна умова розвитку суб'єктів ринку туристичних послуг.....	129
<i>Боровиков О. В.</i> Стратегічне управління та маркетинг в підприємствах споживчої кооперації України .....	131
<i>Власенко В. А., Покрова Р. Р.</i> Эффективная политика управления денежными потоками на торговельному підприємстві в умовах ринку .....	133
<i>Власенко В. А., Удовицька Н. О.</i> Напрями управління інвестиційною діяльністю торговельних підприємств в умовах трансформаційних змін.....	137
<i>Дробиш Л. В., Карпенко Ю. В.</i> Мотивація персоналу туристичних підприємств та напрями її удосконалення .....	140
<i>Matthnai Ekouaghe.</i> Esign of an advertising campaign management system for tourism companies based on marketing techonologies.....	144
<i>Ковачевич М. М.</i> Современные вызовы перед валютного совета Болгарии .....	147
<i>Лозова О. В., Кухманський Д.</i> Стратегії та моделі управління персоналом торговельних підприємств.....	150
<i>Набиев А. Д.</i> Анализ активов и обязательств бухгалтерского баланса как фактор устойчивого развития торговых предприятий.....	152
<i>Панфилова М. В.</i> Разработка путей совершенствования систем управления адаптацией молодых специалистов в банковской сфере (на примере городского филиала № 24 ГСБ РТ «Амонатбанк»).....	156

<i>Raykov E. R.</i> Particular aspects of negative working capital in contemporary short-term financing .....	159
<i>Stetsenko V.</i> PR Element in marketing communications .....	162
<i>Трайно В. М.</i> Сенсорний маркетинг у діяльності торговельних підприємств .....	165
<i>Трушкіна Н. В., Ринкевич Н. С.</i> Маркетингове дослідження особливостей розвитку організаційної культури торговельних підприємств .....	167
<i>Тягунова Н. М., Епереші Т. Й.</i> Гастрономічні фестивалі як інструмент маркетингу території .....	171
<i>Шаринов З. У.</i> Научное маркетинговое решение, как инструмент анализа экономического роста компании .....	175
<i>Штанова А. Л.</i> Програма лояльності як складова маркетингу мережі кінотеатрів .....	178
<i>Яловега Н. І.</i> Застосування директ-маркетингу в рекламному бізнесі України .....	181

## **СЕКЦІЯ 5. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МЕРЕЖЕВОГО БІЗНЕСУ ТА ТОРГІВЛІ**

---

<i>Алиев А. Р.</i> Особенности инновационного развития общественного питания в условиях рынка .....	185
<i>Гурская С. П., Михарева В. А.</i> Опыт применения собственных торговых марок в розничных торговых сетях Беларуси.....	188
<i>Jaborov A. A.</i> Implementation of educational services delivery systems in the conditions of innovative technologies .....	192
<i>Краус К. М., Краус Н. М.</i> Цифрова трансформація бізнес-моделі роздрібної торгівлі.....	195
<i>Лісіца В. В.</i> «Рітейл 4.0» – Новий етап розвитку світового та українського рітейлу.....	198
<i>Михайленко О. М.</i> Логістичне забезпечення магазинів торговельних мереж.....	201

<i>Nenkov Dimiter.</i> Problems of raising equity capital to finance innovations by companies in cee countries during the coming recession .....	204
<i>Олексин І. І.</i> Інноваційне середовище як основа розвитку мережевих структур .....	207
<i>Тараненко О. О., Шандиба А. Ю.</i> Перспективи турагентського бізнесу в умовах розвитку інформаційних технологій.....	211
<i>Шалева О. І.</i> Зарубіжний досвід використання цифрових технологій як інструмента персоналізації в ритейлі .....	213
<i>Якимик А. Я.</i> Формирование «зеленого ритейла» в рамках развития «зеленой» экономики Республики Беларусь .....	216

## **СЕКЦІЯ 6. ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

<i>Єгоров Б. В., Кордзая Н. Р.</i> Стан харчування населення – показник продовольчої безпеки країни .....	221
<i>Ерубалева Д. Ш., Ахметова А. Б.</i> Пути повышения качества и конкурентоспособности молочной продукции ТОО «Балқашсүт» .....	224
<i>Жар Ж. Ж., Карабаева А. Е.</i> Система качества безопасности пищевых продуктов .....	228
<i>Звягольська І. М.</i> Обізнаність про емерджентні та ре-емерджентні захворювання – один із шляхів збереження здоров'я подорожуючих людей, залучених до просторової діяльності туризму.....	231
<i>Исабаев А. С., Исабаева Г. М.</i> Сублимированное мясо.....	235
<i>Кайнаш А. П., Будник Н. В.</i> Дослідження якості морозива на молочній основі .....	237

<b>Какенов К. С., Есенбаева Г. А.</b> Актуальные проблемы национальной системы стандартизации.....	240
<b>Каримова Б. Н., Каримов Т. И.</b> Определение качества молока физико-химическими методами.....	243
<b>Кириченко О. В.</b> Ідентифікація піротехнічних побутових виробів.....	247
<b>Мороз С. Е., Калашник О. В.</b> Безпечні шпалери: свідоме споживання .....	251
<b>Омарбаева А. С., Есенбаева Г. А.</b> Современное состояние информационного обеспечения национальной системы стандартизации в Казахстане .....	255
<b>Оразалы К. Т., Есенбаева Г. А.</b> Совершенствование системы аккредитации в области оценки соответствия в РК .....	258
<b>Panayotova Elena Vladimirova.</b> International trade and competitiveness in the global economy .....	262
<b>Ремізова Ю. О.</b> Сертифікація cosher як інструмент розвитку виробників харчових продуктів .....	265
<b>Самадова М. М.</b> Конкурентный потенциал товара на спрос потребителей производственной продукции.....	268
<b>Толепбергенкызы Н., Есенбаева Г. А.</b> Функционирование систем обеспечения качества в вузах на основе современных стандартов .....	271
<b>Логвин М. М., Ємець В. Т., Сердюк Я. Є., Бондаренко К. О.</b> Глобальна пандемія: наслідки для туристичної індустрії .....	274
<b>Шуканов П. В., Головки А. С., П'явка К. А., Сопельняк І. О.</b> Інфраструктурне забезпечення розвитку туризму в регіоні (на прикладі Тернопільської області) .....	277
<b>Грецька Н. А.</b> Організація маркетингових каналів просування сільськогосподарської продукції від виробника до споживача в Україні .....	279
<b>Шуканова А. А., Гончар І. І.</b> Розвиток гастрономічного туризму в Полтавській області .....	283