

**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)
M52

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. Лісця, 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**

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.*

Список використаних інформаційних джерел

1. Дыбская В. В. Инновационные логистические стратегии и их влияние на разработку сети распределения / В. В. Дыбская, П. А. Сверчков // Креативная экономика. – 2017. – Том 11. – № 5. – С. 609–624.
2. Матеріали сайту <http://retailers.ua/>

О. М. Михайленко, к. е. н.;
С. Кобилко, студентка;
В. Нонік, студент
ПУЕТ, м. Полтава

РІТЕЙЛ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

У 2020 році споживчі настрої змінилися не в кращу сторону. За даними дослідницької агенції Info Sapiens індекс споживчих настроїв (ІСН) українців у 2020 році суттєво знизився. ІСН визначається на підставі вибіркового спостереження найактивнішої частини споживачів віком від 16 до 59 років. Респонденти відповідають на питання щодо матеріального становища сім'ї та можливостей його зміни в перспективі, стану економічної ситуації в країні, розуміння сприятливого чи несприятливого часу для економіки країни, можливості робити великі покупки для дому.

ІСН є сукупним на основі 5 розрахованих індексів. За даними дослідження індекс поточного особистого матеріального становища зріс на 2,4 п. (до 53,3 п.), тоді як індекс доцільності великих покупок скоротився на 4,9 п. (до 68,2 п.). Індекс очікуваних змін особистого матеріального становища скоротився на 0,1 п. – до 76,4 п. Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року зберігся на рівні 55 п., а індекс очікуваного розвитку економіки країни на найближчі п'ять років зріс на 3,3 п. – 76,5 п. [1]

Таким чином, ІСН у 2020 році становить 65,9 п. за 200-бальною шкалою, що на 26,3 п. менше, ніж у попередньому році. Слід відміти, що значення індексу менше 100 означає, що в суспільстві переважають негативні оцінки економічної ситуації та власного матеріального становища.

Пандемія прискорила тренди, які спостерігалися деякий час до цього.

Так, активно продовжує зростати діджитал-торгівля. За даними досліджень City Capital Group, частка покупок одягу і взуття в Інтернеті зросла за 5 років більш ніж в 2 рази – з 25 % в 2015, до 44 % в 2019 і 58 % в 2020 році. [2]

Під час пандемії споживачі більш усвідомлено підходять до купівель. Результатом цього є зниження частки імпульсних покупок. Якщо рік тому шопінг розглядався як частина дозвілля і для третини покупців з середнім доходом і вище приводом для придбання товару було його вподобання, то у 2020 на зміну спонтанних покупок прийшли цільові.

Обмежені в пересуванні і змушені проводити основну частину часу вдома споживачі стали захоплюватися аматорським спортом, облаштуванням інтер'єру і товарами для будинку. При загальному зниженні обсягу покупок взуття та одягу майже вдвічі збільшилися продажі одягу для будинку. Помітне збільшення демонструють також витрати споживачів на хоббі та самоосвіту.

Відтак, представники торговельного бізнесу вимушені шукати нові можливості для власного розвитку, щоб утримувати постійних споживачів і знаходити нових.

При роботі в сучасних умовах слід розуміти, що структура споживання стрімко змінюється і більше шансів буде у тих, хто буде готовий працювати з потребами людей, їх обмеженнями і запитамі. Це дасть можливість запровадити нові формати, експерименти, колаборації.

Пандемія прискорила процеси цифрової трансформації бізнесу, зокрема – омніканальності. А також стимулювала ритейлерів бути більш гнучкими і впроваджувати незвичайні формати роботи. Наприклад, доставку онлайн-замовлення на парковку поруч з магазином до автомобіля покупця – продавець самостійно покладе товар в багажник, потрібно тільки під'їхати і повідомити про очікування. Також вдалим прикладом є використання QR-кодів замість контактних меню – вони стали повноцінною складовою передових фуд-операторів [2].

Для торговельних центрів актуальною проблемою стала зміна пулу орендарів. Не маючи можливості продовжити життєдіяльність в силу дій локдаунів, деякі підприємці змушені скорочувати число магазинів або зовсім згортатися. В результаті спостерігається тенденція збільшення площ більших операторів і офлайн-точок вже діючих дискаунтерів. Крім того, на складах накопичилося багато покладів одягу старих колекцій, для їх реалізації будуть відкриватися стокові магазини. Така ситуація призведе до змін наповненості торгових об'єктів і якісного оновлення груп товарів у орендарів в ТЦ відповідно до концепції та позиціонування торгового об'єкта.

З огляду на потребу покупців відвідувати менше локацій, купуючи все в одному просторому місці, великі торговельні комплекси з широким рядом пропозицій будуть користуватися більшим попитом у споживачів.

В силу наявної невизначеності та тривожності в житті людей під час пандемії кризові становища переживають всі – і представники бізнесу і споживачі. Тому торговельним організаціям доцільно запровадити комплексне спілкування зі споживачами, персоналом, орендарями щодо останніх новин, умов роботи, ідей і побажань, що допоможе налагодити контакти та продемонструє як відкриту компанію, яка не боїться гострих питань і готова до діалогу [2].

Під час пандемії прогнозовано зростають продажі упакованих та свіжих продуктів харчування і напоїв, а більшість непродовольчих категорій мають істотне зниження продажів. Разом з тим слід відміти збільшення обсягів продажу дитячих іграшок, що обумовлено зміною образу життя багатьох людей під час пандемії. Суттєве зменшення продажів спостерігається в таких товарних групах, як персональні аксесуари, одяг і взуття, люксові товари, окуляри.

Глобальний обсяг продажів упакованих продуктів харчування в роздрібній торгівлі у 2020 році вираховується на рівні 2,5 трильйона доларів [3]. Найбільше збільшились продажі упакованих інгредієнтів для приготування їжі і готових страв. Істотно зростають обсяги продажів продуктів харчування першої необхідності.

Супермаркети продовжують залишатися головним каналом продажів упакованих продуктів харчування. На другому місці традиційна роздрібна торгівля, на третьому – гіпермаркети.

У 2020 році рекордно зросла як кількість інтернет-користувачів, які замовляють продукти і страви онлайн, так і частота замовлень – багато, хто здійснював замовлення зрідка, сьогодні роблять це регулярно і досить часто.

Відтак, ключові змінами в роздрібній торгівлі під впливом пандемії слід відмітити зростання продажів продуктів харчування і напоїв, свіжих і упакованих, бурхливе зростання онлайн-торгівлі; суттєве збільшення кількості онлайн-замовлень і популяризація служб доставки; значне зменшення продажів товарів преміум-сегмента; формування надмірних запасів продукції через зниження попиту на неї.

Список використаних інформаційних джерел

1. Споживчі настрої українців у 2020 р. знизилися на 26,3 п. – дослідження [Електронний ресурс]. – URL: Споживчі настрої українців у 2020 р. знизилися на 26,3 п. – дослідження (interfax.com.ua).
2. Верлооченко Е. Ритейл в локдаунах: как вести бизнес в новых реалиях / Е. Верлооченко // All retail. – № 12. – 2020. – С. 23–25.
3. Как пандемия CoVId-19 повлияла на стратегические сегменты розничной торговли // All retail. – № 12. – 2020. – С. 26–28.

*І. І. Олексин, к. е. н., доцент
ЛТЕУ, м. Львів*

НАПРЯМИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО РИТЕЙЛУ

Реалії сьогодення свідчать, що сфера роздрібно́ї торгівлі є однією з найбільш сприйнятливих до запровадження інновацій галуззю економіки країни. На нашу думку, в сфері цифровізації вітчизняного ритейлу слід виокремити дві ключові тенденції: 1) активне застосування сучасних технологій; 2) акцент на детальний аналіз споживчої аудиторії. Це зумовлює доцільність виділити чотири основних складових цифровізації ритейлу (рис. 1).

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> 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., Абдузухурова 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**

Балабан П. Ю., Балабан М. П. Соціальна орієнтація і прибуткова діяльність споживчої кооперації в умовах конкуренції..... 94

Балабан П. Ю., Балабан М. П., Курлейко Б. А., Твердохліб С. Ф. Кооперативний рух в глобалізованій економіці 97

Деценя С. А., Яцевич Н. В. Инновационная деятельность организации: сущность и особенности осуществления в торговой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь..... 100

**СЕКЦІЯ 4. МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ 103**

Vlasenko V. A., Bondar-Podgurska O. V., Paintsil Isaac Features of functioning of corporate governance system in Ghana in the context of market transformations 103

Власенко В. А., Коваленко О. М. Особливості процесу управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств в умовах ринкових трансформацій..... 106

Kostov Ivan The impact of liquidity on profitability in Bulgarian automotive sector..... 110

Макарова Н. Н. Оценка факторов внешней и внутренней среды организации 114

Макарова Н. Н. К вопросу о разработке стратегии деятельности организации торговли..... 117

Пивоварська К. С. Деякі проблеми впровадження україномовних версій сайтів інтернет-магазинів 120

Raykov, E.R. Possible variations in assessing company's market value in terms of the required rate of return 122

Трайно В. М. Послуга як складова товару..... 125

Філіна С. В., Валієва Д. М., Майборода О. В. 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 деятельности интернет-магазинов в Республике Беларусь	141
<i>Ищейкін 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>Гайденок 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.*