

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ» (ПУЕТ)**

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

**МАТЕРІАЛИ**

**XII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

*(м. Полтава, 27–28 квітня 2022 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2022**

УДК 339:004.738.5(063)  
М52

### 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, директорка навчально-наукового інституту денної освіти 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 XII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2022 року). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – 195 с. – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-428-4

У матеріалах XII 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 мережевих 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 оригіналі.*

*За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і  
торгівлі», 2022

ISBN 978-966-184-428-4

8. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Минск : Экоперспектива, 1998. – 498 с.
9. Зайцева Н. О. Методичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємств торгівлі / Н. О. Зайцева // Регіональні перспективи. – 2002. – № 5 (24). – С. 105–108.
10. Абрютин М. С. Экономический анализ торговой деятельности : учеб. пособие / М. С. Абрютин. – Москва : Дело и сервис, 2000. – 512 с.
11. Власова Н. О. Оцінка ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємств громадського харчування / Н. О. Власова. – Харків : ХДАТОХ, 1998. – 127 с.
12. Бень Т. Г. Интегральная оцінка фінансового стану підприємства / Т. Г. Бень, С. Б. Довбня // Фінанси України. – 2002. – № 6. – С. 53–60.
13. Пласкова Н. С. Стратегический и текущий анализ : учебник / Н. С. Пласкова. – Москва : Эксмо, 2007. – 656 с. – (Полный курс МВА).
14. Костирко Р. О. Фінансовий аналіз / Р. О. Костирко. – Харків : Фактор, 2007. – 784 с.

*М. О. Росохацька, студентка;*

*К. М. Краус, к. е. н., доцент*

*Київський університет імені Бориса Грінченка, м. Київ*

## **ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Розвиток НТП, автоматизація бізнес процесів та економіки, цифровізація і поява штучного інтелекту прогресують у світі щоденно, однак це все створює й низку гострих соціально-економічних проблем. Ідеться, зокрема, про скорочення робочих місць та середнього класу, соціальну нерівність, безробіття, зростання бідності.

Допоки є місце таким проблемам доти купівельна поведінка та купівельна спроможність українців будуть актуальними. Дані питання постійно обговорюються як політиками, так і економістами, експертами. Однак, російсько-українська війна ще більше загострила потребу дослідження купівельної поведінки

споживачів. Економічні збитки, які принесла російська агресія – колосальні.

Війна потрясла всіх українців. І справа не тільки в тому, що щодня помирають сотні дітей, дорослих, військових, а й в тому, що зросли ціни на продукти, став відчутним дефіцит окремих товарів, мільйони українців втратили роботу, третина громадян України стали вимушеними переселенцями.

Станом на кінець березня 2022 року, коли пройшов вже місяць війни, економічне становище внаслідок війни не змінилося лише у 18 % громадян, а у 52 % значно погіршилося. Дохід більшості українців «закриває» лише базові потреби людини, дає відчуття безпеки та знижує тривогу перед невизначеним майбутнім.

Серед українців, які мали роботу до війни, половина (53 %) сьогодні не працюють. 22 % працюють у звичному режимі, 21 % – віддалено або частково, лише 2 % – знайшли собі нову роботу. Це показник не лише економічних проблем, але і соціально-психологічних.

Робота – це не лише економіка, це звичний спосіб життя, спілкування та взаємодія з іншими, структурованість часу, те, що стабілізує, надає впевненості, знижує тривогу і підвищує самооцінку. Суттєва частина громадян втратили таку підтримку і більш вірогідно отримали вищий рівень дезадаптації. Найбільше це торкнулося мешканців східних областей України (74 %), молоді до 35 років (60 %) та тих, хто покинув своє місто (66 %) [1].

Війна завдала економіці України, на жаль, катастрофічних збитків. І якщо одні питання вдається хоч якось вирішувати (як то дефіцит окремих категорій товарів), то проблема з логістикою залишається. Розірвалися традиційні коопераційні зв'язки, а відтак, з'явилися логістичні проблеми доставки (блокування, наявність вибухонебезпечних пристроїв) продуктів з одного регіону в інший [2].

Чимало ранніх продуктів завозилися із різних країн. Зараз же дуже важка ситуація: морем доставляти не можна, в об'їзд занадто дорого. До того ж, із-за війни засіяно менше території

країни, бо всюди є міни та вибухонебезпечні елементи. Саме тому, експерти прогнозують перевищення попиту над пропозицією, а це призведе до зростання цін.

Перші тижні війни в Україні «вивели в лідери» такі категорії товарів, як: продукти харчування, ліки, одяг та взуття, засоби гігієни та догляду, побутова хімія, товари для домашніх тварин, товари для дітей [3]. Зазнали змін і найбільші електронні майданчики з продажу товарів в Україні.

Так, на Prom.ua останнім часом найбільше купують револьвери, ножі для полювання, батарейки, кросівки та кеди, сигнальні та стартові пістолети, зарядні пристрої для телефонів, спецвзуття, навісні підсумки та переноски для тварин [4].

З'явилося декілька змін і на платформі OLX. Поява нової категорії «Допомога» має на меті допомогти людям отримати чи надати допомогу з ліками, житлом, транспортом, їжею та з товарами для дітей і домашніх улюбленців [5].

Суттєві проблеми наразі спостерігаються й в аграрному бізнесі України, оскільки він як ніякий інший прив'язаний до конкретної території та і роботу посівної відкладати не можна на невизначений термін.

За словами голови Всеукраїнської аграрної ради А. Дикуна, ринок страждає від дефіциту робочої сили, пального, добрив та оборотних коштів. Через обстріли росіянами портів аграрії не можуть продати зерно. Їм бракує обігових коштів для закупівлі насіння, добрив, засобів захисту рослин. Крім того, ціни на ці та інші товари суттєво зросли [6]. Засіювати землю будуть, але на скільки буде відрізняться кількість засіяного, ніхто не знає. Але це вже точно вплине на ціну товару в майбутньому.

ІТ-ринок за перші місяці війни майже не постраждав, бо «закалився» під час карантину пандемії Covid-19, проте робота працівників, які залишилися в країні, під загрозою, бо зникає зв'язок і може бути пошкодження телекомунікаційних мереж [6].

Металургійний ринок, на жаль, також перебуває в скрутному становищі через залежність від експорту продукції морем. Більшість підприємств галузі зосереджені у південно-східній частині України, де тривають активні бойові дії.

Логістичний ринок зазнав значних втрат, бо чимало територій були відрізані від сполучення. У компанії «Нова пошта» повідомили, що за перший тиждень війни обсяги доставки впали на 95 %. Проте після майже трьох місяців війни компанія «Нова пошта» відновлює роботу по можливості у тих регіонах, які безпечні для роботи. Починають відбудовувати дороги, щоб доправляти допомогу, продовжувати бізнес та підтримувати економіку країни.

Ринок страхування в Україні переживає нелегкі часи. Так, генеральний директор асоціації «Страховий бізнес» В. Черняхівський зазначає, що дві третини компаній мають падіння надходжень на 50–90 %. На ринку нині є лише 5 % компаній, які працюють без проблем, і це ті, у кого офіси розташовані у західних областях України. Близько 60 % страхових компаній мають проблеми та збої в роботі, але вони продовжують працювати [6].

Війна потрясла всю Україну і фізично, і морально, і матеріально. Задля відбудови країни економіка має працювати, а громадяни мати належний рівень купівельної спроможності. громадян.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Шосте загальнонаціональне опитування: адаптація українців до умов війни (19 березня 2022) // Соціологічна група РЕЙТИНГ. – 2022. – Режим доступу: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/shestoy\\_obschenacionalnyu\\_opros\\_adaptaciya\\_ukraincev\\_k\\_usloviyam\\_voynu\\_19\\_marta\\_2022.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/shestoy_obschenacionalnyu_opros_adaptaciya_ukraincev_k_usloviyam_voynu_19_marta_2022.html). – Назва з екрана.
2. Орлова В. Дефіциту немає, але ціни ростуть: експерт розповів, які продукти подорожчають в Україні / В. Орлова // УНІАН. Інформаційне агентство. – 2022. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/economics/agro/cina-na-produkti-v-ukrajini-yaki-produkti-i-chomudorozhchatimut-naybilshe-pid-chas-viyni-v-ukrajini-novini-11788887.html>. – Назва з екрана.
3. Що купують українці під час війни – дослідження // Creativity.ua. – Режим доступу: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/shcho-kupuiut-ukraintsi-pid-chas-viiny-doslidzhennia/>. – Назва з екрана.

4. Підбірка актуальних товарів // Prom.ua. – 2022. – Режим доступу: <https://kiev.prom.ua/ua/sc/war-products>. – Назва з екрана.
5. Дайджест оновлень на OLX // OLX. – 2022. – Режим доступу: <https://blog.olx.ua/27998/shho-novogo-na-olx-5-zmin-dlja-efektivnoi-roboti-pid-chas-vijni/>. – Назва з екрана.
6. Рихліцький В. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства / В. Рихліцький // Економічна правда. – 2022. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>. – Назва з екрана.

*Г. П. Скляр, д. е. н., професор  
ПУЕТ, м. Полтава*

## **КОНЦЕПЦІЯ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ У ТУРИЗМОЛОГІЇ**

Дослідження сутності наукової проблеми вивчення особливостей інклюзивного розвитку туризму викликано стрімким зростанням інтересу до проблеми людини і людяності, людинорічності усіх процесів суспільного життя. Разом з тим, досягненню швидких і вагомих результатів у такому багатовекторному дослідженні перешкоджає формат роботи. Тому, на наш погляд, доцільно обмежитися розглядом трьох аспектів проблеми: 1) з'ясувати сутність трактування науковцями категорії інклюзивний розвиток; 2) встановити зв'язок понять інклюзивного розвитку і сталого розвитку туризму; 3) дослідити практику і результати наукових досліджень інклюзивного туризму в Україні.

Побіжний огляд спеціальних літературних джерел дозволяє зробити висновок щодо наявності розуміння необхідності включення людей із різних соціальних груп у процеси економічного зростання з метою їх продуктивної зайнятості і участі у розподілі суспільних благ. Тобто, результати економічного зростання мають відчувати усі члени сучасного суспільства.

Для більш ґрунтовного розуміння сутності означених проблем звернемося до опублікованих результатів досліджень науковців НАН України. Так, важливим є твердження О. М. Бородіної і І. В. Прокопи щодо мети інклюзивного розвитку.

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1

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

---

---

<i>Животенко В. О., Скляр Г. П.</i> Трансформація відносин сфери туризму в умовах воєнного стану .....	4
<i>Kostov I.</i> The correlation between Bitcoin and NASDAQ 100 – trends and possible explanations .....	7
<i>Логвин М. М., Миронов Ю. Б.</i> Перспективи туристичного сезону 2022 .....	10
<i>Місюкевич В. І., Трушкіна Н. В.</i> Цифровізація як сучасний виклик розвитку роздрібно́ї торгівлі в умовах глобальних трансформацій .....	13
<i>Овсієнко А. М.</i> Методичні підходи до оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств малого та середнього бізнесу .....	17
<i>Росохацька М. О., Краус К. М.</i> Економічні виклики для України в умовах воєнного стану .....	21
<i>Скляр Г. П.</i> Концепція інклюзивного розвитку у туризмології.....	25
<i>Stetsenko V. V.</i> The US war economy: innovations and opportunities .....	30
<i>Тягунова Н. М., Тягунова З. О.</i> Глобальні споживчі тренди сучасного ритейлу .....	32
<i>Шалева О. І.</i> Проблеми й особливості функціонування ритейлу України у воєнний період.....	35
<i>Шуканов П. В.</i> Метабесвіт та перспективи розвитку метабізнесу .....	39
<i>Юрко І. В., Деркач Н. В.</i> Джерела фінансування започаткування соціального підприємства .....	43