ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«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.

М52 **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 оригіналів.

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

2. Регіональний туристичний продукт: проектний підхід до забезпечення конкурентоспроможності : монографія / за заг. ред. М. М. Їжі, К. Д. Бабова, Т. М. Безверхнюк. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2016. – 626 с.
3. Жарков Г. Н. Правовое обеспечение международного туризма : учеб.-практ. пособие / Г. Н. Жарков. – Київ : Кондор, 2004. – 486 с.
4. Бабич В. П. Манифест (Всемирное научное ноосферно-онтологическое общество им. В. И. Вернадского ВННОО) / В. П. Бабич, Г. В. Задорожный, С. А. Заветный. – Харьков : Точка, 2016. – 8 с.
5. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс] : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/ show/168-2017. – Назва з екрана.
6. Реалізація вимог ЄС щодо технічного регулювання в Україні (аграрний сектор, харчова промисловість, туризм) / Т. Васильківська, Ю. Кабаков, М. Козловська, О. Остапенко, О. Правдива, М. Селінний, Т. Тимошенко, Л. Чабак // Сіверський інститут регіональних досліджень. – Чернігів : Сіверський центр післядипломної освіти, 2017. – 138 с.
7. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1995. – №31. – Ст. 241 (в редакції від 04.08.2011). – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre. – Назва з екрана.
8. Кифяк В. Ф. Організація туризму : навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги – XXI, 2011. – 344 с.
9. Tauber R. D. Praktyka masowej rehabilitacji i rekreacji: Porecznik dla studentiw szkol wyzszych / R. D. Tauber, L. W. Tarasowa. – Poznan, 2003. – 122 p.
10. Волосков В. Ф. Подорож Полтавщиною з монетою в руці / В. Ф. Волосков. – Полтава : Оріяна, 2008. – 200 с.

О. О. Тараненко, *к. е. н.*
ПУЕТ, м. Полтава

ФІЛАНТУРИЗМ ЯК НОВІТНІЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Туризм є складним багатогранним явищем, що виконує низку важливих соціально-економічних функцій. В процесі його розвитку виникла значна кількість різних видів туризму, кожен з

яких сприяє реалізації відповідних функцій. Разом з тим, останнім часом виникають нові види туризму, що за своєю суттю кардинально відрізняються від традиційних видів туризму, допомагаючи їм в більшій мірі реалізувати економічну функцію. До таких новітніх інструментів розвитку туристичного бізнесу належить філантуризм.

Поняття «філантуризм» (від англ. «philantourism») досить нове у світовій туристичній практиці. Під ним розуміють один із варіантів волонтерського туризму, за якого мандрівники свідомо обирають місце для власного відпочинку з метою підтримки місцевих громад, усвідомлюючи, що витрачені на подорож кошти сприятимуть підтримці локальної економіки, заходів, проєктів [1]. Сутність філантуризму полягає у наявності певної благодійної мети в процесі вибору напряму туристичної подорожі, адже у переважній більшості подорожей їх результатом для туриста є емоції, а для приймаючої сторони – фінансові доходи. Тобто, плануючи подорож турист як мінімум у рівній мірі враховує свої очікування від туристичної подорожі та потреби дестинації у доходах від туристичної діяльності. Вибір на користь певної туристичної дестинації може бути зумовлений низьким рівнем розвитку економіки, незначні в'їзні туристичні потоки у цій дестинації чи її віддаленість від основних туристичних ринків тощо. Турист обираючи таку дестинацію як напрям своєї подорожі певною мірою сприяє покращенню її економічного становища. Адже купівля сувенірів чи авторських виробів у вуличних торговців, навчання місцевим ремеслам, проживання у колективних чи індивідуальних засобах розміщення та споживання інших туристичних послуг сприяє покращення економічного становища як безпосередньо місцевого населення, так і суб'єктів туристичного бізнесу.

Слід зазначити, що філантуризм – це не просто добровільна безоплатна передача коштів у певній дестинації. Це повноцінні туристичні подорожі із туристичним обслуговуванням. Тому, розвиток філантуризм для підвищення економічної активності потребує забезпечення максимально можливого рівня туристичного обслуговування, виходячи з наявних фінансових, кадрових, культурно-історичних, природніх та інших ресурсів.

Для філантуристичних подорожей, як правило, обирають маловідомі туристичні напрями, що не мають масових туристичних потоків. Тому ці подорожі мають низку характерних ознак:

– максимальна конфіденційність у пунктах призначення;

– пріоритет у пошуку непопулярних напрямків максимально віддалених шуму та метушні;

– можливість надати позитивний вплив на місцеві спільноти та їхню економіку;

– високі стандарти чистоти та здоров'я;

– персоналізація досвіду [2].

Актуальність філантуризму в нинішній час зростає, враховуючи необхідність розвитку внутрішнього туризму для подолання економічних наслідків протиепідеміологічних заходів для стримування пандемії коронавірусу, що реалізовувалися на міжнародному та національному рівнях. Тенденція до збільшення внутрішніх туристичних потоків намітилася з 2021 року у більшості країн світу [1], що можна вважати початком розповсюдження філантуризму. Враховуючи, що видова сутність філантуризму полягає здебільшого у виборі напряму подорожі виходячи із благодійних мотивів, існує можливість і необхідність його поєднання із культурно-пізнавальним, пляжним, гастрономічним, фестивальним та іншими видами туризму. Тому кожна дестинація, виходячи із наявних туристичних ресурсів має розвивати кілька видів туризму для можливості використання філантуризму для розвитку місцевої сфери туристичного бізнесу.

Таким чином, філантуризм є новим специфічним видом туризму, що забезпечує розподіл туристичних потоків на користь дестинацій з найбільшою потребою економічної підтримки туристичного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Голова Держтуризму назвала ключові туристичні тренди на 2022 рік [Економічний ресурс]. – Режим доступу: https://www.unian.ua/tourism/news/golovni-turistichni-trendi-na-2022-rik-vnutrishniy-turizm-ta-zbilshennya-vitrat-novini-11686354.html. – Назва з екрана.
2. Philantourism, a different way to travel [Економічний ресурс]. – Режим доступу: https://decommunity.com/philantourism/ – Назва з екрана.

Yusupov G. G. The essence of marketing strategu
and its role in the development of enterprises 119

СЕКЦІЯ 5
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК МЕРЕЖЕВОГО БІЗНЕСУ ТА ТОРГІВЛІ

Григолевич Ю. Ю., Оніпко Т. В. Основні та
додаткові послуги бібліотечної установи 124

Дудченко А. В. Інноваційні чинники
конкурентоспроможності підприємств 126

Кавун-Мошковська О. О. Адаптивний розвиток
торговельних мереж в Україні в умовах воєнного стану 130

Karimov I. I., Juraeva N. A. Innovative development
of small business and trade in the conditions of digitalization
of the economy (on the example of the sughd region of
the Republic of Tajikistan).....133

Кораблінова І. А. Глобальні корпоративні мережі.....136

Лісіца В. В., Михайленко О. М. Напрями розвитку
закупівельної та логістичної діяльності мережевого
ритейлу за умов воєнного стану.....140

Nenkov D. Trading in the current stock market:
some important risks that investors should be aware of.....143

Panfilova M. V. Application of digital technologies
in education in the Republic of Tajkikistan.....147

СЕКЦІЯ 6
ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Бірта Г. О., Флока Л. В. Безпечність
безалкогольних газованих напоїв.....151

Бургу Ю. Г., Рачинська З. П. Фактори,
що обумовлюють якість пива 153

Гайденко Є. Ю. Використання креативності для розитку
конкурентоспроможності медової продукції 156

Кайнаш А. П., Будник Н. В. Законодавчі зміни
щодо харчових продуктів на період воєнного стану 158

Kakenov K. S., Yessenbayeva G. A., Kusainov D. I.
Application of national standards as
a factor of increasing product quality 161

Калашник О. В. Інформаційне забезпечення косметичних
засобів для дітей для аналізу їх безпечності 166

Карпенко Ю. В., Логвин М. М., Логвин Д. М.
Сучасні особливості безпеки туризму 169

Разумова Г. В., Оскома О. В. Оцінка конкурентного
середовища на ринку молочної продукції 172

Самойленко А. А., Юдічева О. П. Балова
оцінка плавлених сирів зі смаком бекону 175

Скляр Г. П., Чебишева А. О. Партнерство у формуванні
культурно-освітнього продукту для молоді 178

Тараненко О. О. Філантуризм як новітній
інструмент розвитку туристичного бізнесу 181

Флока Л. В., Кириченко О. В. Стан
сучасного грибівництва в Україні 184

Kholiqova N. A., Samadova M. M. Problems of increasing the
competitiveness of road transport in a transforming economy 188

Наукове видання

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ
XII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

(м. Полтава, 27–28 квітня 2022 року)

Головна редакторка *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 11,3.
Тираж 100 пр. Зам. № 231/1945.

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.