



***АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ
СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МІЖНАРОДНОГО
СПІВРОБІТНИЦТВА***

***МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ***



ХАРКІВ – 2022

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

***АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ
ЕКОНОМІКИ ТА МІЖНАРОДНОГО
СПІВРОБІТНИЦТВА***

***МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ***

(1-28 ЛЮТОГО 2022 РОКУ)



ХАРКІВ – 2022

Ситуація з пандемією знижує глобальні викиди вуглецю та підвищує екологічну сталість, однак, у той же час підприємства та люди по всьому світу борються зі скороченням робочих місць, проблемами безпеки та психічного здоров'я працівників, а також з фінансовим тягарем через виробничі втрати та закриття підприємств. З урахуванням цих складних, часто суперечливих один одному процесів, необхідно визначити критичні фактори успіху, інгібітори та рушійні сили для подолання ситуації з пандемією та запропонувати основи політики для підвищення сталості виробничих та операційних процесів.

Література:

1. Kumar A., Luthra S., Mangla S., Kazançoğlu Y. COVID-19 impact on sustainable production and operations management. *Sustainable Operations and Computers*. 2020. Vol. 1. P. 1-7.
2. Post-pandemic Supply Chains: Green Lighting Environmental Compliance. URL : <https://research.hktdc.com/en/article/NzU3MTgzOTAx>. (дата звернення 10.01.2022).
3. Ivashura A. A., Borysenko O. M., Logvinkov S. M. Sustainability problems with ecologically balanced production growth. *Ecology, environmental protection and balanced environmental management: education – science – production – 2021: Abstracts of XXIV International scientific conference, Kharkiv, April 29-30 2021p. Kharkiv, 2021. P. 11-12.*
4. Івашура А. А., Борисенко О. М., Савченко М. Ф., Дитиненко С. О. Аналіз сталого споживання і виробництва в Україні. *Грааль науки*. 2021. №. 9. С. 198-204.
5. Івашура А. А. Сучасні тенденції розвитку зеленої економіки в умовах глобалізації та мінімалістичного руху : монографія. Харків : ХНЕУ, 2022. 115 с.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

А. О. ЛИТВИНЕНКО, канд. екон. наук, доц.,
доц. кафедри міжнародних економічних відносин,
О. О. КЛЮЄВ, студент

*Харківський національний економічний університет ім. Семе́на Кузне́ця,
м. Харків, Україна*

В сучасних ринкових умовах в умовах пандемії успіх кожного конкретного підприємства залежить від ефективного управління маркетинговою діяльністю. Маркетингова стратегія сприяє задоволенню потреб споживачів та отриманню у них переваг у порівнянні з іншими конкурентами. Отже, пошук ефективної маркетингової стратегії в умовах пандемії для підвищення ефективності діяльності підприємства на сучасному етапі є надзвичайно актуальним.

Необхідність створення стратегії на підприємствах була викликана нестабільним середовищем функціонування організацій, а також неповнотою інформації щодо стану і вплив на підприємство в майбутньому.

Одна з перших спроб систематизації та формулювання визначень маркетингової стратегії була пов'язана з концепцією маркетингу. Більш ніж 45 років тому Ф. Вебстер запропонував наступне визначення концепції маркетингу: «корпоративний світогляд, заснований на інтеграції та координації

всіх маркетингових функцій, які, в свою чергу, зливаються з усіма іншими функціями корпорації заради головної мети – отримання довгострокового прибутку» [1 с. 8].

Однак доволі складно перейти від академічних визначень маркетингу до його практичного значення. Ф. Вебстер зазначає, що визначити місце маркетингу на підприємстві складніше, ніж місце всіх інших функцій управління, тому що маркетинг – це одночасно і культура, і стратегія, і тактика. Вебстер доводить, що маркетинг – це:

організаційна культура. Маркетинг можна визначити як «концепцію маркетингу», тобто сукупності цінностей і переконань, що націлюють підприємство на стійку рентабельність;

стратегія. Маркетинг, як стратегія, має за мету розробити ефективні дії у відповідь на зміну ринкових умов шляхом визначення сегментів ринку та розробки і позиціонування пропозицій продуктів для цих цільових ринків з метою максимального задоволення потреб споживачів;

тактика. Маркетинг, як тактика, займається повсякденними діями по управлінню продукцією, визначенню ціни, розподілу і маркетинговим комунікаціям, такими як оголошення, персональний продаж, реклама і стимулювання збуту [1].

Завдання одночасної орієнтації підприємства на задоволення потреб споживачів (культура), розробку пропозицій цінностей для конкурентного позиціонування (стратегія) та докладних програм маркетингу (тактика) є доволі масштабним та складним, тому не є несподіванкою те, що реалії маркетингу на підприємствах доволі часто не відповідають цим вимогам. Ф. Вебстер так описує функції керівника відділу маркетингу: «Керівник відділу маркетингу виконує в компанії роль адвоката, що відстоює інтереси споживачів і піклується про те, щоб рішення компанії приймалися з урахуванням пріоритетного статусу кінцевого споживача, а пропозиція споживчої цінності була елементом корпоративної культури не тільки самої компанії, але і всіх її партнерів» [1].

П. Дойль вважає підрозділи маркетингу джерелом радикальних стратегій експансії, завдяки яким можна домогтися сенсаційного росту обсягів продажів і прибутку, але які в підсумку терплять крах, тому що не створюють цінності для клієнта. На думку П. Дойля, надійні стратегії розвитку засновані на наданні чудової цінності клієнтам, а також на постійному навчанні та здійсненні інновацій на базі довгострокових інвестицій у відносини. Так виникають переконливі доводи на користь радикального переосмислення ролі маркетингу як стратегічної сили на підприємстві [2].

Таким чином, можна підсумувати ознаки ринкової орієнтації в приведених термінах, а також підкреслити зв'язок між ними та обраним підходом до визначення маркетингової стратегії в умовах пандемії: розкриття дійсних можливостей маркетингу залежить, головним чином, від переходу від заходів тактики до маркетингу, реально орієнтованому на інтереси клієнта і конкурентну стратегію; одним із ключових моментів є розуміння ринку і клієнта всією організацією та вироблення здатності до реагування на зміни, що

відбуваються на ринку; процес маркетингу варто розглядати як дисципліну, що лежить на перетинанні напрямків діяльності і тематичних областей, а не вважати його сферою відповідальності одного лише підрозділу маркетингу; вирішальним моментом є глибоке розуміння конкуренції на ринку з тих позицій, з яких її бачить клієнт.

Література:

1. Webster F. The Changing Role of Marketing in Corporation / Journal of Marketing. 1992. Vol. 56. № 4. P. 117.
2. Дойль П. Менеджмент : стратегия и тактика. СПб. : Питер, 1999. 560 с.
3. Литвиненко А. О., Литвиненко О. Д. Трансформація світового ринку в умовах глобалізації. Розділ 3. Параграф 3.1, 3.2., 3.3. Міжнародні економічні та суспільні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку : монографія / за ред. Л. М. Савчук, М. В. Корнєєва. Дніпро: Пороги, 2021. С. 69-110.

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

А. О. ЛИТВИНЕНКО, канд. екон. наук, доц.,
доц. кафедри міжнародних економічних відносин,
В. О. КОСТИНСЬКА, студентка
*Харківський національний економічний університет ім. Семе́на Кузне́ця,
м. Харків, Україна*

Пандемія COVID-19 внесла свої корективи у розвиток багатьох галузей та секторів економіки та суспільства. Введені заходи соціального дистанціювання, обмеженість пересування та його наслідки спричинили втрати робочих місць і закриття підприємств, вимушений переведення дистанційну роботу освітніх установ, погіршення благополуччя населення загалом тощо. Малі, середні та мікропідприємства, що становлять основу світової економіки, стали одними з найбільш постраждалих від коронавірусу суб'єктів внаслідок зниження попиту на їх послуги та продукцію, втрат доходів аж до подальшого закриття. У порівнянні з великими організаціями дані структури мають набагато менше ресурсів для подолання складних кризових періодів. Крім того, багато підприємств цієї категорії знаходяться в неформальному секторі економіки, що ще більше посилює їх становище в умовах пандемії.

Цілком очевидно, що COVID вніс серйозні зміни до глобального бізнес-середовища. На міжнародні організації значно вплинули соціальні та економічні зміни у різних країнах у всьому світі. Дослідження виявило кілька глобальних тенденцій, що впливають на міжнародних підприємців та які важливо згадати у контексті даного дослідження. До цих тенденцій відносяться зміни у глобальному ланцюжку поставок, руйнування інститутів та мереж, цифровізація бізнесу, глобальні інновації в галузі охорони здоров'я, розвиток соціального підприємництва, розвиток стійкості та орієнтація на інноваційне підприємництво. Кожен із цих чинників по-своєму впливає міжнародне

ЗМІСТ

Секція 1

Цифровізація світового економічного простору

<i>Ачкасов А. Є., Мількін І. В.</i> Цифровізація і структурні зрушення у міжнародній торгівлі.....	4
<i>Данг Суан Хоан, Тютюнникова С. В.</i> Цифрова трансформація як глобальний тренд світової економіки.....	6
<i>Українська Л. О.</i> Цифровізація – ключовий елемент модернізації реального сектора.....	8
<i>Шевченко Л. С.</i> Цифрова трансформація бізнесу: сутність, конкурентні переваги і ризики.....	10
<i>Бервено О. В., Броницький О. М.</i> Ринок праці в умовах цифрової трансформації.....	12
<i>Кондратенко Д. В., Ротар Д. В.</i> Світовий досвід використання цифрових платформ в андеррайтингу.....	14
<i>Кондратенко Д. В., Сотнік О. С.</i> InsurTech в туризмі.....	16
<i>Наумов М. С., Трутько А. О.</i> Економіка спільного користування як модель поведінки в умовах цифровізації.....	18
<i>Зінченко В. М., Островський І. А.</i> Світові тенденції розвитку системи електронного корпоративного навчання в індустрії гостинності.....	20
<i>Островський І. А., Соколова Н. К.</i> Цифровізація будівельної галузі як світовий тренд.....	22
<i>Пушкар Т. А.</i> Глобальний індекс мережевої готовності як відображення викликів диджиталізації економіки.....	24
<i>Радіонова Л. О., Черноморд О. Є.</i> Смартфон і безпека у місті.....	26
<i>Ярмак О. В.</i> Розвиток цифрової економіки в умовах впливу пандемії.....	28
<i>Черненко К. В.</i> IT–інфраструктура бухгалтерських програмних продуктів України.....	30
<i>Данченко С. Н.</i> Мировой опыт содействия конкуренции через развитие процессов цифровизации.....	32
<i>Прасол В. М., Волгіна Н. О.</i> Міжнародний досвід планування розвитку персоналу компаній в умовах цифровізації.....	33
<i>Романенко О. Б.</i> Цифрова економіка в глобальному економічному просторі	35
<i>Рябовол Д. А.</i> Факторы, определяющие эволюцию конкуренции в условиях развития цифровой экономики.....	37
<i>Пась Я. І.</i> Діджиталізація банківського бізнесу.....	40
<i>Санін С. С.</i> Блокчейн, криптоактиви та їх сучасні тенденції в Україні.....	42
<i>Болдовский О. І.</i> Сучасні процеси цифровізації економік світу.....	44

<i>Бойко Д. В.</i> Особливості подолання тінізації економіки в умовах цифрової трансформації.....	45
<i>Боровська С. Д.</i> Формування комунікацій в умовах глобалізації світового господарства.....	47

Секція 2

Особливості міжнародного економічного розвитку в умовах пандемії

<i>Пархоменко Н. О., Герасімов М. І.</i> Особливості експортної діяльності підприємств в умовах пандемії.....	50
<i>Мількін І. В., Ачкасов А. Є.</i> Метод картографування мереж постачальників у практиці сучасних міжнародних компаній.....	52
<i>Стадник Г. В.</i> Світові тенденції розвитку вищої освіти в умовах пандемії...	54
<i>Стадник Г. В., Ромашова А. В., Бодня В. В.</i> Перспективи розвитку міжнародної інтернет-торгівлі в постпандемічний період.....	56
<i>Radionova L. A., Teslyuk M. V.</i> COVID-19 As a Trigger to Downshifting.....	58
<i>Radionova L. A., Vakulenko S. O.</i> Pandemic and Tendencies of the City Economy.....	60
<i>Андренко І. Б.</i> Проблеми діяльності готельних закладів в умовах пандемії COVID-19 і карантинних обмежень.....	61
<i>Вороніна О. О.</i> Формування інвестиційної стратегії компанії в умовах кризи.....	63
<i>Івашура А. А.</i> Особливості сталості виробництва під час пандемії.....	65
<i>Литвиненко А. О., Ключев О. О.</i> Розробка стратегії маркетингу на міжнародному ринку в умовах пандемії.....	67
<i>Литвиненко А. О., Костинська В. О.</i> Розвиток міжнародного підприємництва в умовах пандемії.....	69
<i>Москвіна А. О., Островерх В. Р.</i> Вплив кризи COVID-19 на зовнішньоекономічну діяльність підприємств та економіку країн світу.....	71
<i>Радіонова Л. О., Денчик П. О.</i> Як COVID-19 змінив спосіб життя та економіку міста.....	73
<i>Радіонова Л. О., Кваченко Р. Р.</i> Екзистенції міста у контексті локдауну.....	75
<i>Радіонова Л. О., Мележик А. В.</i> COVID-19 як тригер нового соціального порядку.....	77
<i>Худавердієва В. А.</i> Стан світової економіки і темпи економічного розвитку в умовах пандемії.....	79
<i>Худавердієва В. А., Буківченко К. М.</i> Макроекономічні ефекти і наслідки пандемії COVID-19.....	81
<i>Худавердієва В. А., Куроп'ятник О. С.</i> Наслідки пандемії для економік країн світу.....	83

<i>Мосійчук І. В.</i> Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні та світі в умовах пандемії.....	85
<i>Пастух К. В.</i> Публічне управління та адміністрування у розвитку економічних систем в умовах пандемії.....	87
<i>Колубай Я. С.</i> Особливості розвитку кооперативних підприємств в умовах пандемії в Україні і в світі.....	89
<i>Гончар І. С.</i> Корупція в сфері охорони здоров'я в умовах пандемії COVID-19.....	90
<i>Обченко С. К.</i> Про міграційні процеси в Україні в умовах пандемії COVID-19.....	92

Секція 3

Диспропорції соціально-економічного розвитку країн світу

<i>Дубищев В. П., Островський І. А.</i> Суперечності процесів бюджетної децентралізації в дослідженнях західних економістів.....	95
<i>Korolchuk L. V.</i> The Problem of Disproportionality of Socio-economic Development of the Countries in the World As an Obstacle to the Affective Implementation of the Sustainability Concept.....	97
<i>Абрамов Ф. В.</i> Маніпулювання занепокоєнням суспільства проблемами навколишнього середовища як чинник диспропорції соціально-економічного розвитку.....	99
<i>Красота О. В.</i> Сучасні виклики упровадження освітньої інклюзії у вищій школі.....	101
<i>Можайкіна Н. В., Льовушкіна С. В.</i> Розвиток офшорного бізнесу та процесів деофшоризації в Україні та сучасній світовій економіці.....	103
<i>Бервено С. М.</i> Цифрова нерівність як глобальне явище.....	105
<i>Кузьменко Т. М.</i> Проблеми зі забезпеченням протидії рейдерству.....	107
<i>Гончар І. С.</i> Корупція в сфері охорони здоров'я та диспропорція соціально-економічного розвитку.....	109
<i>Дмитрова Ю. Р.</i> Корупція у вищих навчальних закладах та диспропорція соціально-економічного розвитку.....	111
<i>Дьомін Д. Г., Петропавловська В. П., Шепелева У. А.</i> Зниження суспільної оцінки рівня корумпованості як чинник уповільнення антикорупційних реформ.....	113
<i>Дьомін Д. Г., Петропавловська В. П., Шепелева У. А.</i> Невідповідність суспільної оцінки рівня корумпованості як чинник диспропорції соціально-економічного розвитку країн світу.....	115
<i>Криволапова Н. О.</i> Багатовимірна бідність та вплив автоматизації на неї.....	117

Секція 4

Розвиток національних економік і підприємницьких структур в умовах глобалізації світового господарства

<i>Мельниченко О. А., Удовиченко Н. М., Єрмоєнко К. М.</i> Оплата стоматологічної допомоги за програмою медичних гарантій на теренах Харківщини в 2021 році.....	120
<i>Шахно А. Ю., Федоренко Т. В.</i> Розвиток людського капіталу як чинник підвищення конкурентоспроможності національної економіки.....	122
<i>Максименко Я. А. Тихенька І. В.</i> Шляхи удосконалення структури товарного експорту України.....	124
<i>Сідельнікова І. В.</i> Малий бізнес в аграрному секторі національної економіки: світовий досвід та проблеми розвитку.....	126
<i>Akbulut Fatih</i> The Role of Clusters As a Tool for Realizing Regional Development in the European Union and Turkey.....	128
<i>Demirova S. D., Moskvina A. O., Pravnik Iu. O., Regunova A. A.</i> The essence of the International Competitiveness of the Enterprise in Modern Conditions.....	133
<i>Radionova L. A., Sadovska H. V.</i> Modern City: The Search for Identity in the Global World.....	137
<i>Radionova L. A., Solodovnyk K. R.</i> Methodology of Research of Urban Society in the Context of Globalism.....	138
<i>Дяченко Т. А., Зборицький Т. Л.</i> Проблема державного боргу в Україні.....	140
<i>Єгорова Ю. В., Демакова Д. Ю.</i> Вплив глобалізації на підприємницьку діяльність: суттєві фактори та протиріччя.....	142
<i>Зеленько О. О., Осмірко І. В.</i> Фактори розвитку зеленої енергетики в світовій економіці.....	144
<i>Кондратенко Д. В., Матвієнко С. С.</i> Аналіз інвестиційної діяльності кредитних спілок за кордоном.....	146
<i>Кондратенко Д. В., Шафаренко Л. В.</i> Іноземний досвід агрострахування.....	147
<i>Коровіна Н. В., Хатакова Д. О.</i> Порівняльний аналіз соціального капіталу в країнах ЄС та в Україні.....	149
<i>Маслов В. О.</i> Організаційно-економічний механізм державно-приватного партнерства.....	152
<i>Мерчанський В. В.</i> Формування конкурентних переваг вітчизняних товаровиробників.....	154
<i>Можайкіна Н. В., Байдакова А. О.</i> Стратегічне планування розвитку корпорації: проблеми управління.....	156
<i>Можайкіна Н. В., Волковська К. А.</i> Фінансовий ринок: тенденції розвитку у світі та Україні.....	158
<i>Можайкіна Н. В., Ільїн Д. В.</i> Інфраструктура підтримки експортоорієнтованих малих та середніх підприємств.....	160
<i>Наумов М. С., Ісупов А. О.</i> Порівняльний аналіз методів прогнозування валютного курсу.....	162

<i>Наумов М. С., Литвин І. В.</i> Проблеми реалізації експортного потенціалу економіки України.....	164
<i>Постернак І. М., Постернак С. О., Постернак О.С.</i> Підприємницька структура «КНТК МЕРек» як сучасний корпоративний бізнес в умовах глобалізації світового господарства.....	166
<i>Рибак Г. І., Горбiцький А. А.</i> Конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації.....	168
<i>Рибак Г. І., Росоха Ю. С.</i> Державно-приватне партнерство як інструмент сталого розвитку територій.....	171
<i>Рибак Г. І., Слівець Ю. А.</i> Шляхи розвитку регіонального зовнішньоекономічного комплексу.....	174
<i>Федотова Ю. В.</i> Світовий досвід державної підтримки малого та середнього бізнесу.....	176
<i>Федотова Ю. В., Висоцький Є. В.</i> Система управління розвитком зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	178
<i>Федотова Ю. В., Ольховська Н. С.</i> Методи оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	180
<i>Федотова Ю. В., Салтикова А. Р.</i> Види цін у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....	182
<i>Муренець І. Г.</i> Управління бізнесом в міжнародному середовищі.....	184
<i>Троян В. І.</i> Особливості міжнародного корпоративного управління у глобальному бізнес-середовищі.....	186

Секція 5

Державне регулювання міжнародного економічного співробітництва

<i>Архиєреєв С. І.</i> Реорієнтація міжнародного бізнеса: суб'єктний і об'єктний аспекти.....	189
<i>Марченко О. С.</i> Міжнародний консалтинг як чинник інтернаціоналізації бізнесу.....	191
<i>Молоканова В. М., Гордєєва І. О.</i> Міжнародне співробітництво з підготовки проєктних менеджерів через технології PBL.....	194
<i>Іванієнко В. В.</i> Системний погляд на інформаційне забезпечення регіонального співробітництва в рамках транскордонних міжнародних відносин.....	196
<i>Андрєєв О. М., Андрєєва О. М.</i> Взаємозв'язок між рівнем корумпованості країни та обсягами прямих іноземних інвестицій.....	198
<i>Андрєєв О. М., Андрєєва О. М.</i> Корупційні трансакційні витрати та ефективність антикорупційної політики.....	200
<i>Можайкіна Н. В., Клименко Д. В.</i> Торговельно-економічна інтеграція: показники стану та динаміки господарської системи Харківського регіону..	202

<i>Москвіна А. О., Мухортова А. О.</i> Розвиток експортного потенціалу як чинник підвищення міжнародної конкурентоспроможності.....	204
<i>Овсієнко О. В.</i> Міжнародна підтримка малого бізнесу в Україні.....	206
<i>Радіонова Л. О., Семків В. О.</i> До питання про критерії класифікації «місто-близнюків».....	208
<i>Решетняк Н. Б., Єгорова Ю. В.</i> Особливості державного регулювання двостороннього торговельно-економічного співробітництва на сучасному етапі.....	210
<i>Клименко К. В., Савостьяненко М. В.</i> Співробітництво з МВФ: світові та національні виміри.....	212
<i>Тарабан С. В.</i> Активізація співробітництва з країнами світу – вагомий чинник розвитку Харківщини.....	214
<i>Михайлова К. В.</i> Транснаціональні мережі міст у рамках «горизонтальної європеїзації»	216

Наукове видання

***АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА***

*МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ*

(1-28 лютого 2022 року)

*Матеріали конференції опубліковані в авторській редакції
мовою оригіналу*

Відповідальний за випуск *А. О. Москвіна*

Технічний редактор **Є. Г. Панова**

Підп. до друку 25.05.2022 Формат 60×84/16
Друк на ризографі Ум. друк. арк. 15
Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017