

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра міжнародних економічних відносин

**INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS
AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT**
**МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ
ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК**

Матеріали
V Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, Україна, 23 травня 2024 року)



Суми
Сумський державний університет
2024

Рецензенти:

Божкова Вікторія Вікторівна – д-р екон. наук, професор, Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка (Україна);
Таранюк Леонід Миколайович – д-р екон. наук, професор, Сумський державний університет (Україна)

*Рекомендовано до видання
вченою радою Сумського державного університету
(протокол № 4 від 14 листопада 2024 року)*

International Economic Relations and Sustainable Development
М 58 (Міжнародні економічні відносини та сталий розвиток) : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 23 травня 2024 року / за заг. ред. Ю. М. Петрушенка, М. Д. Домашенко. – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 112 с.

The collection consists of the materials from V International Scientific Conference «International economic relations and sustainable development» of Sumy State University, which presented the results of the research carried out in different countries, in such scientific areas as international economic relations, international cooperation and economic diplomacy, economics of nature management and sustainable development, strategic directions for sustainable development providing, International economic relations impact on sustainable development and others.

For scientists, lecturers of higher education institutions, students, graduates and everybody, interested in the scientific and practical problems of modern economics.

До збірника ввійшли матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Міжнародні економічні відносини та сталий розвиток» Сумського державного університету, в яких наведені результати наукових досліджень, виконаних у різних країнах, із таких наукових напрямків, як міжнародні економічні відносини, міжнародне співробітництво та економічна дипломатія, економіка природокористування та сталого розвитку, стратегічні напрями забезпечення сталого розвитку, вплив міжнародних економічних відносин на сталий розвиток та інші.

Для науковців, викладачів закладів вищої освіти, студентів, аспірантів та всіх, хто цікавиться науково-практичними проблемами сучасної економіки.

Організатори конференції:



Співорганізатори конференції:

Університет прикладних наук Цвіккау (м. Цвіккау, Німеччина)

Інноваційний університет Collegium Mazovia (м. Седльце, Польща)

Вища школа економіко-гуманітарна (м. Бельсько-Бяла, Польща)

Опольський університет (м. Ополе, Польща)

Бахчеширський Університет (м. Стамбул, Туреччина)

Естонський університет прикладних наук по підприємництву (м. Талін, Естонія)

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (м. Харків, Україна).

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1 Міжнародні економічні відносини SECTION 1 International economic relations

<i>Андрущенко К. В., Мігулін Д. А., Перерва П. Г.</i> Інформаційно-аналітичне забезпечення міжнародного бізнесу	7
<i>Дробот В.Д., Щербаченко В.О.</i> Прогнози розвитку міжнародних економічних операцій та фінансових ринків	10
<i>Oksana Gladchenko, Anastasiia Teslyk</i> Startup culture in the Nordic countries: innovation boom through socio-economic transformations	12
<i>Дробот В.Д., Воронцова А.С.</i> Культурні відмінності як передумови формування національних та ділових стереотипів в міжнародному бізнесі	14
<i>Тарасенко А. В., Болюх І. О., Перерва П. Г.</i> Аутсорсинг багатонаціональних підприємств	16
<i>Волков В. В., Линник А. А., Погорелова Т. О.</i> Аналіз міжнародної конкурентоспроможності	19
<i>Домашенко В.С., Хусаїмова А., Домашенко М.Д.,</i> Шлях України до отримання статусу кандидата в Європейський Союз	23
<i>Zubrov S.M., Molchanov O.V.</i> Effective logistics management in the context of global risks and transformations for Ukraine	25
<i>Дівенок Б. К., Лагута А. О., Перерва П. Г..</i> Бізнес -планування зовнішньо-економічної діяльності	28
<i>Halynska Yuliia, Cherpulska Anastasia</i> Promising professions in the European market according to ukraine's development strategy	31
<i>Бударина Л. Г., Ляліна О. А., Перерва П. Г.</i> Міжнародне стартап проектування	34
<i>Климентова М. В., Кобелева Т. О.</i> Дослідження функцій ціни	37
<i>Грицина О.В., Воронцова А. С.</i> Розвиток національного ринку банківських послуг в умовах глобалізації	40
<i>Нестеров Д. О., Клименко М. А., Сусліков С. В.</i> Ефективність торгівлі з європейськими компаніями	42
<i>Утєнкова О. А., Гузе С. К., Черепанова В. О.</i> Міжнародний економічний розвиток країн	46

<i>Domashenko M. D., Lapshyna M. Yu., Prokopenko O.V.</i> Application of social media and online platforms in international marketing	49
<i>Козир М.А., Воронцова А. С.</i> Характеристика сучасного стану і основних тенденцій розвитку ринку послуг України	53
<i>Курінний Д. О., Пересада А. Д., Перерва П. Г.</i> Міжнародні інвестиції на основі венчурного капіталу	55
<i>Жалдак В.О., Тарасенко С.В.</i> Особливості світових фінансових криз у 21 сторіччі та їх вплив на економіку України	58
<i>Кобизський Д.С.</i> Трансфер технологій як інжиніринговий управлінській інструмент підтримки вітчизняних підприємств на зовішніх ринках	60
<i>Томілін О. М., Стельмах А. С., Новік І. О.</i> Злиття та поглинання міжнародних бізнес-структур	63
<i>Сотніченко І.В., Тарасенко С.В.</i> Інституціональний та індивідуальний аспекти криптовалютних інвестицій	66
<i>Yuriy Petrushenko, Olha Kurhanska Dmytro Kurhanskyi</i> Security management of civil organization	68
<i>Юрченко М.Г., Тарасенко С.В.</i> Swot-аналіз міжнародної конкурентоспроможності закладів вищої освіти України	70
<i>Шимошенко А.О., Тарасенко С.В.</i> Сучасні тенденції міжнародного маркетингу	73
<i>Колесник Н. Д.</i> Світовий досвід формування місцевих бюджетів	75
<i>Долуда К.Ю.</i> Іноземне інвестування в національну економіку	80

РОЗДІЛ 2

Економіка сталого розвитку

SECTION 2

The economics of sustainable development

<i>Мишенін Є. В.</i> Еколого-економічний аспект відносин власності на природні об'єкти в агросфері України	82
<i>Курбатова Т.О., Передерій Т.А</i> Гібридні вітро-сонячні електростанції: перспективи та бар'єри для інсталяції в домогосподарствах України	84
<i>Зіновчук Н. В., Мишенін Є. В.</i> Методологія оцінки впливу кліматичних змін на міграційні процеси та асимілятивну здатність екосистем	86

РОЗДІЛ 3

Вплив міжнародних економічних відносин на сталий розвиток

SECTION 3

The impact of international economic relations on sustainable development

<i>Yuriy Petrushenko, Yuliia Tatarchenko</i> Feminist principles in international economic relations and sustainable development	91
<i>Петрова М. Є., Токар Р. О., Перерва П. Г.</i> Європейська регіональна політика	93
<i>Bohdana Yevdokymova, Inessa Yarova, Yevhen Mishenin</i> The role of education in ensuring economic stability and sustainable development: lessons from Germany	96
<i>Коваленко В. В., Коншина Г. С., Дюжев В. Г.</i> Соціальне партнерство як фактор ефективності міжнародного менеджменту	99
<i>Bohdana Yevdokymova, Inessa Yarova, Yevhen Mishenin</i> Integration of Ukrainian education into the global educational space	103
<i>Cherkai K. O., Tarasenko S.V., W.Duranowski</i> The impact of hofstede's cultural dimensions on individual and professional paths of Ukrainian migrants in Switzerland	106
<i>Domashenko M. D., Kursova A, Koritova T.P.</i> Ways to increase the export potential of Ukrainian enterprises in trade with Poland	108

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Здобувач **Шимошенко А.О.**

Ст. викладач **Тарасенко С.В.**

Сумський державний університет, Україна

Міжнародний маркетинг є сукупністю заходів компанії до розвитку цільової аудиторії на зовнішніх ринках, що передбачає адаптацію продукту, ціни, просування до культурних, соціально-економічних і політичних умов.

Реагування та ефективне використання маркетингових тенденцій надають компаніям можливість краще задовольняти потреби клієнтів, сприяють оптимізації рекламного бюджету.

Виділяють шість перспективних напрямків у міжнародному маркетингу у 2024 р. (Global Marketing Trends, 2023; The Dominant Global Marketing Trends, 2022):

1. Творчість як сила зростання. Незважаючи на важливість оптимізації в бізнесі, творчий підхід, особливо в маркетингу, є визначальним у розв'язанні сучасних викликів. Керівники підкреслюють, що креативність є рушійною силою, яка забезпечує стабільність та інноваційний розвиток компаній. Опитування Deloitte серед 1015 керівників підтверджує, що креативність сприяє зростанню (Global Marketing Trends, 2023).

2. Розмовний маркетинг. Сучасні стратегії націлені на впровадження розмовного маркетингу для встановлення інтерактивного зв'язку між брендами та клієнтами. Це сприяє покращенню взаємодії та миттєвому вирішенню питань. Одним із прикладів покращення ефективності діяльності за рахунок розмовного маркетингу є компанія «Ellie Mae», яка застосувала ботів і досягла значного зростання запитів на послуги (The Dominant Global Marketing Trends of 2023, 2022).

3. Технологічний горизонт. Встановлення балансу між ажіотажем та інвестиціями є викликом для директорів з маркетингу. Маркетологи мають стежити за тенденціями і тестувати нові технології для створення конкурентних переваг (Global Marketing Trends, 2023).

4. Багатоканальний маркетинг. Стратегія омніканального маркетингу забезпечує єдиний досвід бренду під час взаємодії з клієнтами. Відстеження реакції споживачів у різних каналах допомагає формувати єдину систему кампаній для безперервної взаємодії (The Dominant Global Marketing Trends, 2022).

5. Стратегія контент-маркетингу на основі відповідей. Компанії повинні генерувати контент, що цікавий для користувачів без необхідності переходу за посиланням. Це допомагає залучати аудиторію на різних

платформах і забезпечує конкурентну перевагу (The Dominant Global Marketing Trends, 2022).

6. Стале зростання через внутрішні зусилля. Сталий розвиток є стратегічно важливим напрямком розвитку бізнесу. Бренди, що акцентують на сталості діяльності, можуть зміцнити довіру споживачів. Діяльність компанії, що формують стандарти діяльності з урахуванням Цілей сталого розвитку, формують позитивні асоціації у споживачів та мають потужнішу інституціональну сталість (Global Marketing Trends, 2023).

У 2023 р. штучний інтелект та генеративні мовні моделі, такі як GPT, стали інструментами для маркетингу і сьогодні компанії тестують мовні моделі у маркетингових заходах. Тобто використання штучного інтелекту в маркетингових стратегіях є трендовим явищем.

Інструменти на основі штучного інтелекту (від розширених чат-ботів до передбачувальної аналітики) кардинально змінюють спосіб взаємодії компанії зі своєю аудиторією. Також за допомогою штучного інтелекту маркетологи намагаються моделювати і прогнозувати результати інформаційних кампаній. Основні маркетингові витрати направляються на ретельне планування охоплення цільової аудиторії та встановлення з нею комунікацій, зв'язку. Це також передбачає формування переліку заходів, спрямованих на створення тривалих вражень. Для розуміння вражень, які подобаються споживачеві, також потрібно вивчати і прогнозувати маркетингові тенденції.

Таким чином, сьогодні на міжнародних ринках наявна висока конкуренція, що спонукає компанії вдосконалювати свої маркетингові стратегії для ефективного просування товарів та послуг, досягнення запланованих показників прибутковості. Компанії активно використовують такі маркетингові підходи/інструменти як творчий маркетинг, розмовний маркетинг, технологічні рішення, багатоканальні стратегії, контент-маркетинг на основі відповідей та постійний розвиток через внутрішні зусилля.

Тобто успішна маркетингова стратегія сьогодення вимагає поєднання інновацій, креативності, технологій та сталого розвитку. Компанії, які здатні адаптуватися до нових тенденцій і визначити їх, отримують конкурентну перевагу в сучасному цифровому світі маркетингу.

1. Konopilov A. (2023). Content Marketing Statistics & Facts. Redline Digital. White-hat Link Building & Digital PR Agency. URL: <https://redline.digital/content-marketing-statistics/>
2. 2023 Global Marketing Trends: Resilient seeds for growth. (2022). Deloitte Insights. URL: <https://www2.deloitte.com/xe/en/insights/topics/marketing-and-sales-operations/global-marketing-trends.html>
3. Global Marketing Trends to Adopt in 2023. MarcomCentral. (2023). MarcomCentral. URL: <https://marcom.com/2023-global-marketing-trends/>