

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ

ЗБІРНИК

матеріалів Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 28 березня 2024 року)

Полтава
2024

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА
ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ
МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА
ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ**

ЗБІРНИК

**матеріалів Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 28 березня 2024 року)

**Полтава
ПУЕТ
2024**

УДК 339.9:004.738.5:339.7(082)
В80

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Полтавський університет економіки і торгівлі заборонено

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

О. О. Нестуля, голова програмного комітету, д-р іст. наук, проф., ректор Полтавського університету економіки і торгівлі (ПУЕТ);
П. О. Куцук, д-р екон. наук, проф., ректор Львівського торговельно-економічного університету;
Д. П. Дімітров, д-р екон. наук, проф., ректор Університету національного та світового господарства;
С. О. Катажнина, проф. Повісланського університету, доктор філософії;
Х. Х. Назарзода, д-р техн. наук, доц., ректор Таджикиського державного університету комерції;
Л. О. Шавга, д-р екон. наук, проф., ректор Кооперативно-торгового університету Молдови.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Співголови організаційного комітету:

Н. С. Педченко, голова організаційного комітету, д-р екон. наук, проф., перший проректор;
В. Ю. Стрілець, д-р екон. наук, доц., завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;
О. В. Яриш, канд. екон. наук, доц., завідувач кафедри фінансів та банківської справи.

Члени організаційного комітету:

Ю. С. Матвієнко, канд. пед. наук, проректор з науково-педагогічної роботи;
Л. М. Діденко, директор центру інформаційного забезпечення освітнього процесу;
Ю. В. Перегуда, директор міжнародного науково-освітнього центру;
Н. І. Манжура, завідувач науково-організаційного відділу;
О. В. Гасій, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри фінансів та банківської справи;
Т. П. Гудзь, д-р екон. наук, проф., проф. кафедри фінансів та банківської справи;
А. А. Позжар, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;
С. П. Прасолова, канд. екон. наук, доц., заступник завідувача кафедри фінансів та банківської справи;
В. І. Рекотова, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;
Г. М. Сидоренко-Мельник, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри фінансів та банківської справи;
А. М. Соколова, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри фінансів та банківської справи;
С. І. Туль, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;
А. Л. Флегантова, канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;
Л. С. Франко, старший викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин;
Ю. О. Єжеллий, асистент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин.

Вплив глобалізаційних процесів та цифрової трансформації
В80 на формування міжнародного економічного клімату та фінансової екосистеми : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 28 березня 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2024. – 456 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., рос. та англ. мовами.

ISBN 978-966-184-467-3

У збірнику подано матеріали доповідей, оприлюднених на Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Вплив глобалізаційних процесів та цифрової трансформації на формування міжнародного економічного клімату та фінансової екосистеми». Розраховано на наукових і науково-практичних працівників закладів вищої освіти та наукових установ, аспірантів, студентів, практичних працівників і широкий читацький загал.

УДК 339.9:004.738.5:339.7(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

© Полтавський університет
економіки і торгівлі, 2024

ISBN 978-966-184-467-3

СПІВОРГАНІЗАТОРИ

Міністерство освіти і науки України

Полтавський університет економіки і торгівлі

Львівський торговельно-економічний університет

Університет національного і світового господарства
(Республіка Болгарія)

Повіслянський університет (Республіка Польща)

Таджицький державний університет комерції
(Таджикистан)

Кооперативно-торговий університет Молдови (Молдова)

*Купрієнко Є. О., здобувачка вищої освіти;
Флегантова А. Л., канд. екон. наук,
доц. – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі,
м. Полтава, Україна*

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТНК НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ ОДЯГУ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СЕГМЕНТІВ ЛЮКС ТА МАС-МАРКЕТ

Глобалізація та стійкий розвиток суттєво впливають на транснаціональні корпорації (ТНК), що працюють на ринку одягу. З одного боку, глобалізація відкриває нові можливості для ТНК, адже вони можуть розширювати свою діяльність на нові ринки, отримувати доступ до дешевої робочої сили та ресурсів. З іншого боку, глобалізація посилює конкуренцію, адже ТНК з різних країн світу змагаються за частку ринку.

Сталий розвиток також стає все більш важливим фактором для ТНК на ринку одягу. Споживачі дедалі більше усвідомлюють етичні та екологічні проблеми, пов'язані з виробництвом одягу, і тому віддають перевагу брендам, які дотримуються принципів сталого розвитку.

В умовах жорсткої конкуренції ТНК постійно вдосконалюють свої стратегії, щоб зберегти та зміцнити свої позиції на ринку. Одним з ключових факторів їх успіху є конкурентоспроможність, яка визначається як здатність успішно конкурувати з іншими компаніями за частку ринку, прибуток та лояльність клієнтів.

Вивчення факторів конкурентоспроможності ТНК на глобальному ринку одягу є актуальним з кількох причин:

- економічна значущість: ринок одягу є одним з найбільших та найдинамічніших у світі, генеруючи мільярди доларів США щороку; ТНК, що володіють значною часткою ринку, впливають на економіку та зайнятість у багатьох країнах;
- зростання конкуренції: зростання кількості ТНК, а також поява нових конкурентів з країн, що розвиваються, посилює конкуренцію на глобальному ринку одягу;
- зміна поведінки споживачів: споживачі стають все більш вибагливими, звертаючи увагу на такі фактори, як бренд, якість, ціна, етика та екологічність продукції;

– необхідність адаптації до нових трендів: ТНК повинні постійно адаптувати свої стратегії до нових трендів, таких як сталий розвиток, цифрові технології та персоналізація.

Важливим аспектом дослідження конкурентоспроможності ТНК на ринку одягу є порівняльний аналіз сегментів люкс та мас-маркет. Ці сегменти є двома основними складовими ринку одягу. Сегмент люкс характеризується високими цінами, ексклюзивністю та престижністю брендів. Сегмент мас-маркет орієнтований на широку аудиторію, пропонує доступні ціни та широкий асортимент продукції. Оскільки ці сегменти істотно відрізняють за своїми характеристиками, цільовою аудиторією та стратегіями ведення бізнесу, тож і фактори конкурентоспроможності ТНК у цих сегментах теж різні. Вивчення факторів конкурентоспроможності ТНК в сегментах люкс та мас-маркет дозволить:

- оцінити вплив глобалізації та сталого розвитку на конкурентне середовище на ринку одягу;
- визначити ключові фактори конкурентоспроможності ТНК в диференційованих сегментах;
- порівняти стратегії брендингу та маркетингу ТНК в сегментах люкс та мас-маркет;
- визначити кращі практики ведення бізнесу для ТНК на ринку одягу.

До ключових факторів конкурентоспроможності ТНК на глобальному ринку одягу відносяться: бренд, маркетинг, якість, ціна, інновації, логістика, сталий розвиток.

Для дослідження факторів конкурентоспроможності сегментів люкс та мас-маркет ми обрали по дві компанії, що є найбільшими виробниками одягу у кожному з сегментів за результатами діяльності у 2022 році. Сегмент люкс представлено компаніями Dior та Prada, до сегменту мас-маркет увійшли компанії Nike та Zara.

Після детального вивчення історії компаній, їхньої продукції, діяльності та її результатів, маркетингу та позиціонування, інновацій та іншого ми сформуvalи короткий опис кожної з обраних компаній для полегшення аналізу факторів, що впливають на конкурентоспроможність цих брендів.

Dior протягом багатьох років залишає за собою статус компанії, що виробляє вишуканий та елегантний одяг, доступний лише для обраних. Це бренд з багатою історією та престижним іміджем, що, зокрема, підкреслюється у маркетингових стратегіях компанії. Dior пропонує продукцію високої якості, що використовує ексклюзивні матеріали та передові технології, а також постійно впроваджує інновації в дизайні, матеріалах та технологіях. Продукція компанії є ексклюзивною та поставляється лише у крамниці Dior та партнерів. Не останньою перевагою компанії є зосередження на етичних джерелах матеріалів та умовах праці, що відповідає очікуванням сучасних споживачів.

Prada відома своїми інноваційними дизайнами та використанням ексклюзивних матеріалів, що робить продукцію бренду завжди актуальною. Компанія веде активну маркетингову політику, позиціонуючи себе як бренд для людей, які цінують оригінальність та стиль. Prada, як і Dior, продає свою продукцію виключно у власних чи партнерських крамницях, використовує етичні джерела матеріалів та умови праці.

Zara пропонує широкий асортимент одягу, що адаптований до швидкої моди, нові колекції, що випускаються декілька разів на місяць та доступні ціни. Компанія оптимізує виробництво та логістику, що дозволяє мінімізувати витрати та пропонувати конкурентні ціни. Zara має широку мережу крамниць, що забезпечує доступність продукції для широкого кола споживачів. Також компанія впроваджує екологічні практики (використання перероблених матеріалів, економія енергії).

Nike завдяки своїй багатій історії, постійним інноваціям та ефективному маркетингу став найпопулярнішим та найвпізнаванішим спортивним брендом у світі. Компанія пропонує широкий асортимент якісного спортивного та повсякденного одягу за доступними цінами. Не зважаючи на те, що Nike входить до сегменту мас-маркет, компанія зосереджується на етичних джерелах матеріалів та умовах праці не намагаючись знизити вартість своєї продукції за рахунок цих факторів.

З наведених вище фактів про компанії ми зробили висновки щодо факторів конкурентоспроможності компаній у сегментах люкс та мас-маркет, які наведені у таблиці 1 за рейтингом від

тих, що впливають на конкурентоспроможність найбільше до тих, що впливають найменше.

Таблиця 1 – Порівняння факторів конкурентоспроможності сегментів люкс та мас-маркет

Люкс	Мас-маркет
1. Бренд.	1. Ціна.
2. Якість продукції.	2. Доступність.
3. Ексклюзивність та престижність.	3. Мода.
4. Інновації в дизайні, матеріалах та технологіях.	4. Інновації в оптимізації виробництва та зниження витрат.
5. Етичні джерела матеріалів та умови праці	5. Логістика та дистрибуція.
	6. Екологічні практики

Джерело: створено автором на основі аналізу [4–8].

Дослідження факторів конкурентоспроможності ТНК на глобальному ринку одягу показало, що ключові фактори успіху істотно відрізняються в сегментах люкс та мас-маркет. Для сегменту люкс найважливішими факторами є бренд, якість продукції, ексклюзивність та престижність, інновації в дизайні, матеріалах та технологіях, а також етичні джерела матеріалів та умови праці. Для сегменту мас-маркет на перше місце виходять ціна, доступність, мода, інновації в оптимізації виробництва та зниження витрат, логістика та дистрибуція, а також екологічні практики. Важливо зазначити, що значення етичних та екологічних факторів зростає в обох сегментах, адже сучасні споживачі все більше уваги звертають на відповідальне ведення бізнесу.

Список використаних джерел

1. FashionUnited. URL: <https://fashionunited.com/>
2. Vogue Business. URL: <https://www.voguebusiness.com/>
3. Master Class. Articles. URL: <https://www.masterclass.com/articles>.
4. Dior. URL: https://www.dior.com/uk_ua/beauty
5. Prada. URL: <https://www.prada.com/us/en.html>.
6. Zara. URL: <https://www.zara.com/ua/>
7. Nike. URL: <https://www.nike.com>.
8. Fashionista. URL: <https://parcellab.com/press/>

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСІВ ТА БІЗНЕСУ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНЯХ

Арынова З. А.

Interaction of business and the education system in the republic of Kazakhstan in the context of digitalization of the economy: challenges and directions of adaptation* 4

Julie Chassagne.

Neural network modeling of the relation between corporate social responsibility and earnings management 8

Вавдійчик І. М.

Цифровізація – шлях до відновлення економіки України 11

Веремієць М. Д., Стащук Д. М.

Егр-системи як один із сучасних інструментів управління корпоративними фінансами 14

Гасій О. В., Кусов Ю. О.

Цифрові інновації в банківській сфері 17

Гасій О. В., Тютюнік І. В.

Фінансові технології (fintech): вплив на фінансовий ландшафт 20

Гасій О. В., Урясенко А. О.

Цифрові валюти та майбутнє грошей 22

Гук Л. П.

Віртуальний офіс як інструмент розвитку бізнесу в умовах повоєнного відновлення 25

Гуцалюк О. М., Бондар Ю. А.

Використання технологій фінансового контролінгу в корпоративно-орієнтованому управлінні 28

Дроботя Я. А., Безкровний О. В.,

Дорошенко О. О., Мисник Т. Г.

Сучасне банківництво: аспекти диджиталізації 32

Душко А. В., Терещенко Е. Ю. Напрями впровадження інструментів штучного інтелекту в електронній комерції.....	36
Калашиник С. А. Використання хмарних технологій в процесі трансформації страхового бізнесу	41
Клименко К. В., Ухналь Н. М. Цифрова економіка як модерний компонент створення суспільного блага	44
Кравчук Р. В. Перспективи застосування криптовалют у фінансовій системі України.....	48
Литвинюк М. В. Інструменти забезпечення цифрової трансформації бізнес-середовища в Україні.....	51
Лозова О. В., Печеник Р. М., Шкіль А. А. Вплив діджиталізації на систему управління персоналом вітчизняних компаній.....	54
Мельник К. М., Дульський М. М. Вплив інноваційних технологій на розвиток фінансових установ та ринків	57
Миколенко І. Г., Кононенко Ж. А. Стратегічні орієнтири цифрової трансформації аграрного виробництва.....	61
Мовчан В. В., Ткачук Н. М. Електронні гроші: необхідність і особливості запровадження в Україні	64
Остапенко Р. М. Вплив цифрових компетентностей на цифрову освіту	67
Пиріг С. О. Поняття та мета цифрової трансформації в бізнесі.....	71
Поліщук В. Г. Можливості трансформації цифрових фінансів України в умовах викликів воєнного стану	74

Пономаренко О. В. Fundamental transformation of business within the digital economy	77
Проскурня Н. В. Пріоритетні напрями впливу цифрової трансформації на забезпечення сталого розвитку підприємств в Україні.....	81
Проскурович О. В. Цифрова трансформація бізнесу у воєнний час	83
Сидоренко-Мельник Г. М. Професія «фінансовий аналітик»: тренди та виклики	87
Синенко І. М. Інформаційно-комунікаційні технології у діяльності аграрних підприємств	91
Соколова А. М., Маслак Т. А. Підвищення ефективності управління проектами: цифрові тренди фандрайзингу	94
Чернявська О. Д. Методологія цілей-завдань управління брендом в цифровому середовищі	97

СЕКЦІЯ 2. ФІНАНСОВА ЕКОСИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Olena Cherniavska, Nadiia Shmygol, Snezana Bilic, Maya Dougoud Interplay of globalization, digital transformation, evolution of international economic climate and financial ecosystem	101
Булах І. І. Фондовий ринок України під час війни: реалії функціонування	105
Купрін М. Ю. Міжнародний досвід в управлінні ризиками установ накопичувального пенсійного забезпечення	109
Прасолова С. П. Ресурсне забезпечення фінансового потенціалу банківської системи України в умовах глобальних трансформацій	112

Ромаш Д. В., Краснікова О. М. Фінансовий менеджмент територіальних громад: проблеми та перспективи удосконалення	116
Рубаха М. В., Чонка О. Я. Вплив фінансових криз на соціально-економічний розвиток України: перспективи та виклики.....	120
Ткачук Н. М. Показники швидкості консолідації галузі та необхідність їх визначення	124
Яріш О. В., Омеляненко В. Ю. Управління розвитком підприємства в умовах розбудови цифрових підприємницьких екосистем	128

СЕКЦІЯ 3. ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ

Бондаренко Н. В., Грицак О. І. Роль банківської системи в економічному зростанні України.....	131
Бондаренко Н. В., Демчук В. М. Підвищення ефективності фінансування аграрних підприємств	135
Бондаренко Н. В., Мігур І. О. Роль міжнародного досвіду у формуванні антикризового управління банківською системою України	138
Боровик П. М., Шемякін М. В. Поліпшення механізму нарахування і сплати податку на додану вартість геодезично-землевпорядними суб'єктами малого підприємництва.....	142
Вахновська Н. А. Необхідність реалізації податкового комплаєнсу в реаліях сьогодення.....	144
Веремієць М. Д., Павленко А. А., Бабяк Н. Д. Посилення ролі фінансового контролінгу у повоєнному розвитку бізнесу в Україні	147

Власюк С. А., Гуртовенко А. І. Особливості фінансового менеджменту в аграрному виробництві	151
Власюк С. А., Полишвайко С. С. Місце банківського кредитування аграрного сектору в структурі фінансового ринку.....	153
Власюк С. А., Тиховський М. І. Формування облікової політики суб'єкта підприємницької діяльності аграрної сфери.....	156
Власюк С. А., Ясінський О. Р. Страховання ризиків як ключовий елемент стратегії діяльності підприємницьких структур.....	158
Власюк Н. І. Виклики та загрози фінансовій безпеці України за умов воєнного стану.....	160
Гасій О. В., Заболотський О. С. Дослідження поняття «Фінансові результати підприємства».....	164
Гаранко С. С. Ризик-орієнтований підхід до забезпечення безпеки страхового ринку.....	167
Гаркуша Ю. О. Капітальні інвестиції як фактор ефективної діяльності підприємства.....	170
Гасій О. В., Кононенко Ж. А., Кононенко О. А. Інструменти муніципального фінансування: сутність та джерела формування.....	172
Глуценко Ю. А., Яріш О. В. Передумови реформування та перспективи розвитку податкової системи України	175
Гудзь Т. П., Брусов Н. О. Пропозиції для територіальних громад щодо організаційної підтримки бізнесу для відкриття доступу до існуючих фінансових ресурсів в умовах війни та повоєнного відновлення економіки України	180

Гузар Б. С.

Бюджетні інструменти стимулювання соціально-економічного розвитку місцевих бюджетів України в умовах фінансово-бюджетної децентралізації..... 184

Дорош В. Ю., Московчук А. Т.

Бюджетне фінансування соціальної сфери 192

Єременко А. В.

Цінність нематеріальних активів 194

Жабак О. В.

Реформування податкової політики України в умовах війни..... 197

Zharikova Olena, Zharikova A. L.

Promising types of credit banking services in Ukraine: factoring, forfeiting, leasing 201

Жовковська Т. Т.

Необхідність досліджень фінансових ризиків для забезпечення фінансової безпеки підприємств..... 205

Іщук Л. І.

Своп як ефективний інструмент управління ризиком 209

Квашук О. В.

Виклики та перспективи розвитку страхового ринку України 212

Костишина А. І.

Структура системи компенсаційної політики дистриб'юторів..... 216

Листопад Є. І.

Особливості трансформації економіки України під впливом глобальних викликів..... 219

Matrushenko O., Korneiko L.

Formation of an effective budgetary mechanism for financing physical culture and sports by local budgets in Volyn 223

Мельник К. М., Мельник К. В.

Фінансовий лізинг – ефективна альтернатива банківському кредитуванню..... 225

Мельник К. М., Рудь К. С. Вплив системи мотивації на трудовий потенціал співробітників підприємства	228
Музичка О. М., Криворучко Н. М. Сучасний інструментарій управління проблемними кредитами в банках України	231
Ніколаєва А. М., Головачук А. О. Споживче кредитування в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку.....	234
Нужна О. А. Підвищення енергоефективності економіки України в контексті досягнення цілей сталого розвитку.....	238
Овсюк Н. В. Система оподаткування України: проблеми та перспективи.....	241
Павлик О. І. Систематизація методів оцінювання стану регіональної банківської системи	244
Пашиковська В. Д., Проскурович О. В. Фінансові аспекти розвитку економіки України в реаліях сьогодення.....	247
Проказюк М. Ю., Черкасова С. В. Проблеми функціонування фондового ринку в умовах воєнного стану в Україні	251
Раупов Р. Б. Концепція механізму забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства	255
Соколова А. М., Соколов О. С. Ключові аспекти імплементації закордонного досвіду фандрайзингу для управління соціальними та старт-ап проектами в Україні.....	257
Старенький Ю. В., Піхняк Т. А. Бюджетний дефіцит в умовах війни	260

Тис М. С.

Методичний інструментарій моніторингу та оцінювання фінансової безпеки регіону 263

Тютюнник Ю. М., Тютюнник С. В.

Структурно-динамічні тенденції у формуванні доходів і витрат банківської системи України 266

Фалюта А. В.

Безпека інвестиційних вкладень фінансового бізнесу 270

Чиж Н. М., Чиж В. О.

Інтеграція фінансових технологій у стратегічне управління підприємством та їх вплив на інтелектуальну власність 274

Юрків А. М.

Фінансовий інструментарій розвитку транскордонного співробітництва 278

СЕКЦІЯ 4 МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Alsakaf Hind, Strilets V. Yu.

Exploring Apple's Strategic Landscape: A PEST Analysis Perspective 282

Аржаннікова А. Р., Стрілець В. Ю.

Особливості та проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні у воєнний період 286

Артонкіна Є. А., Франко Л. С.

Корпоративна культура суб'єкта міжнародного бізнесу в умовах глобалізації 290

Балов Г. Ю., Пузирьова П. В.

Стратегічний маркетинг як основа стабільності функціонування бізнесу 294

Богатирьов В. В., Пузирьова П. В.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю бізнес-структур 298

Гончарук Є. Л., Пузирьова П. В.

Особливості розвитку транснаціональних корпорацій автомобільної індустрії 302

Зборик Д. С., Стрілець В. Ю. Проблеми та потреби підприємництва України в умовах кризового економічного середовища	305
Змайло В. О., Пожар А. А. Міжнародні платіжні системи у міжнародному бізнесі	309
Кисла К. Г., Франко Л. С. Особливості бізнес-комунікації із представниками китайської культури	312
Ковальчук К. М., Флегантова А. Л. Конкурентоспроможність компанії Volkswagen AG на глобальному ринку	316
Купрієнко Є. О., Флегантова А. Л. Фактори конкурентоспроможності ТНК на глобальному ринку одягу: порівняльний аналіз сегментів люкс та мас-маркет	320
Македон В. В. Інноваційні напрями розвитку міжнародної логістики	324
Назаревич-Марченко С. В., Танклевська Н. С. Міжнародний фінансовий бізнес в умовах глобалізації	327
Науменко Н. С. Китай, як найбільший бенефіціар міжнародної торгівлі в період російсько-української війни	332
Поплюйко Д. Ю., Стрілець В. Ю. Інноваційна стратегія розвитку компанії Walmart Inc. в умовах глобалізації	335
Рекотова В. І., Алілуй А. Ю. Вплив зовнішніх викликів на діяльність Microsoft Corporation в країні базування	339
Семенов К. С., Пузирьова П. В. Експортна діяльність підприємства на ринку систем безпеки	343
Стадник З. Д., Франко Л. С. Особливості розвитку малого підприємництва в умовах глобалізації	347

Стрілець В. Ю.

Роль державно-приватного партнерства у інтеграції
бізнесу та освіти в європейський цифровий ринок 350

Тарасенко Є. Є., Франко Л. С.

Зовнішня торгівля ЄС та України:
виклики та перспективи 354

Шевченко Д. О., Флегантова А. Л.

Особливості та роль міжнародного маркетингу
для компаній на ринку креативних індустрій 357

Шубін Д. А., Пузирьова П. В.

Стратегії організації експортно-імпортних
операцій промислового підприємства 360

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Aguilar, Eduardo Enrique

Irruption of an alternative horizon in Latin America
in the context of global economic crises 364

James Eboka Chibueze, Artem Pozhar

The nature of cooperative as a social institution 367

Nakalule Karen Arena, Artem Pozhar

Economic integration of the European Union countries 369

Hakeem Ola-Okedeyi, Artem Pozhar

Credit cooperative societies in Africa 373

Staszewska Anna, Flehantova Anna

Cluster analysis of the world tourism market
in the pre-quarantine and post-quarantine periods 376

Браженко А. В., Флегантова А. Л.

Кластерний аналіз економіки азійських країн 382

Варуша А. Р., Стрілець В. Ю.

Вплив взаємовідносин України та Польщі
на глобальну економічну безпеку 386

Васильченко К. І., Франко Л. С. Сучасні проблеми розвитку Європейського союзу.....	389
Дяченко Є. В., Франко Л. С. Сутність і значення стратегії виходу фірми на зовнішній ринок	392
Жиляков С. В. Популізм в контексті конкурентоспроможності підприємства в умовах глобальної економічної та політичної невизначеності	396
Калмиков Д. В. Основні аспекти формування національної стратегії відтворення людського капіталу	400
Клімов Д. І. Сучасні виклики для національної стійкості	405
Пожар А. А. Демутуалізація як глобальна загроза міжнародному кооперативному руху	411
Пугач Р. І., Флегантова А. Л. Прогнозування макроекономічних показників нової Зеландії	414
Романюха Д. Ю., Флегантова А. Л. Транснаціоналізація як основна тенденція розвитку економічної глобалізації.....	416
Савастєєва О. М. Еко-інновації в системі міжнародного проектного фінансування.....	420
Сичук Д. Л., Флегантова А. Л. Прогнозування макроекономічних показників США на світовому ринку	424
Феодосьєв М. В., Стрілець В. Ю. Фактори впливу на залучення прямих іноземних інвестицій економіку України	428
Флегантова А. Л. Кластерний аналіз економічного розвитку країн Європи	432

Франко Л. С.	
Розвиток науково-технологічних кластерів у світі	435
Шкурупій О. В., Дейнека Т. А.	
Суперечності сучасної світової системи	438
Чернова О. В.	
Протекціонізм як інструмент державної зовнішньоекономічної політики	441

Наукове видання

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА
ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ
МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА
ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ**

ЗБІРНИК

матеріалів Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 28 березня 2024 року)

Дизайн обкладинки *П. В. Кійченко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 26,5.
Зам. № 336/2173.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.