

Міністерство освіти і науки України

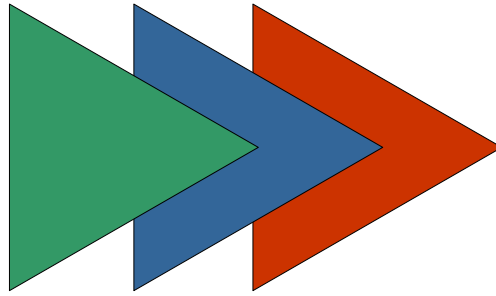
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Магдебурзький університет імені Отто-фон-Геріке, Німеччина

Мішкольцький Університет, Угорщина

Вища школа менеджменту охорони праці в Катовіцах, Польща

Петрошанський університет, Румунія



Форвард

ТРУДИ

XV - ої Міжнародної науково–практичної Internet - конференції студентів та молодих вчених

***«Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність
«Форвард-2024»***

25 грудня 2024 р.

Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2024 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», Т. 2 : Труди XV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2024» 25 грудня 2024 р. – 2024. – 227 с.

Труди відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів.

Організаційний комітет XV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2024»

Голова

Манойленко О.В., д.е.н., проф. завідувач кафедри Обліку і фінансів НТУ «ХПІ»

Співголови

Гуцан О.М., к.е.н., доц. каф. економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин НТУ «ХПІ»;

Строков Є.М., к.е.н., доц. каф. обліку і фінансів НТУ «ХПІ»;

Перерва П.Г., д.е.н., проф. кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин НТУ «ХПІ»;

Кобєлєв В.М., к.е.н., доц., заступник директора Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ»;

Райко Д.В., д.е.н., проф., завідувачка кафедри маркетингу НТУ «ХПІ»;

Шматько Н.М., д.е.н., проф. завідувачка кафедри менеджменту НТУ «ХПІ», директорка стартап центру Spark НТУ «ХПІ»;

Якименко-Терещенко Н.В., д.е.н., проф., завідувачка кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу НТУ «ХПІ»;

Мащенко М.А., д.е.н., проф., завідувачка кафедри підприємництва, торгівлі і логістики.

НОСАЧЕНКО О.А., д-р філософії, ст. викл., Одеський національний економічний університет

ГВОЗДЄВА К.Д., студент, Одеський національний економічний університет

ВПЛИВ КУЛЬТУРНИХ ВІДМІННОСТЕЙ НА РЕКЛАМНІ КОМУНІКАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

Культурні відмінності мають великий вплив на рекламні комунікації міжнародних компаній, оскільки кожна культура має свої власні правила, норми та відповідність, які можуть відрізнятися від тих, що існують в інших країнах, суспільствах, громадах. У цьому контексті, формування рекламних комунікацій вимагає вміння розуміти, адаптуватися і пристосовуватися до культурних особливостей різних країн, з якими міжнародні компанії мають справу. Культурні відмінності можуть створювати мовні бар'єри, які можуть заважати ефективному спілкуванню між людьми з різних держав. На рисунку 1 наведено схема бар'єрів та способів їх подолання в рекламних комунікаціях міжнародних компаній.

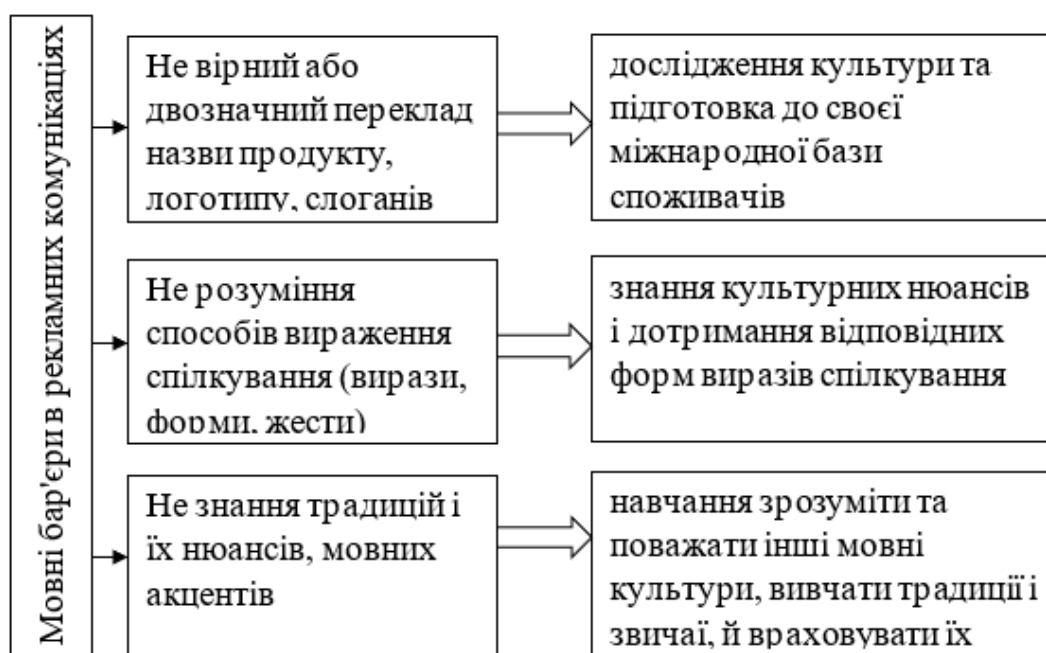


Рис. 1 – Мовні бар'єри та способи їх подолання в рекламі

В цілому, для подолання мовних бар'єрів, пов'язаних з культурними відмінностями, необхідно вивчати культури різних країн та розуміти їх мовні особливості. Дотримання правил ввічливості, уникнення складних термінів, використання простіших речень, терплячість та уважність у спілкуванні можуть значно полегшити процес комунікації та допомогти уникнути непорозумінь та конфліктів.

Крім мовних бар'єрів існує безліч культурних різниць, які можуть впливати на рекламні комунікації при виході компанії на міжнародний ринок. До них належать: у відношенні до етикету, релігійні переконання та культурні традиції, підхід до планування та пунктуальності, соціальна ієрархія. Відмінності між культурами проявляються не лише в зовнішніх ознаках, а й в уявленнях про світобудову, цінності, спілкування.

Міжнародні компанії, які виходять на ринок нових країн, мають розробити стратегію побудови реклами для адаптації контенту для різних культур, що формується на наступних складових:

1. Дослідження історії і культури країни та підготовка до своєї міжнародної бази споживачів.
2. Вивчення мовних і культурних нюансів та дотримання відповідних форм виразів у рекламних комунікаціях.
3. Вивчення мовних і етичних особливостей, традицій і звичаїв та враховувати їх при формуванні реклами продукту.
4. Дослідження розмаїття форм культурного самовираження в новій країні для можливостей залучення елементів місцевого культурного життя в рекламі та повазі до культурної ідентичності й різноманіття в країні.
5. Застосування положень контент-маркетингу для залучення споживачів.

Отже, формування реклами та застосування рекламних комунікацій міжнародних компаній повинно враховувати культурні відмінності кожної країни, де фірма планує працювати, адже вони можуть суттєво впливати на стиль ведення бізнесу і прийняття рішень, оскільки кожна культура має свої власні цінності, переконання та підходи до вирішення проблем.

Бібліографія: НОСАЧЕНКО О.А., ГВОЗДЄВА К.Д. Вплив культурних відмінностей на рекламні комунікації міжнародних компаній / О.А. НОСАЧЕНКО, К.Д. ГВОЗДЄВА // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2024 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2024. Т. 2 : Труді XV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2024» 25 грудня 2024 р. – 2024. С. 83-85

ЗМІСТ

ТОМ 2

Труди XV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції
студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки
України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2024»

СЕКЦІЯ 1 - АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

СЕРГІЙЧУК К.В., УГРІМОВА І.В. Теоретичні засади управління товарними запасами	3
САДИКОВ С.В., ВЛАСЕНКО В.А. Особливості розробки ефективної системи логістичного менеджменту на підприємстві в умовах ринкових викликів	6
ДОЛИНА І.В., КУЧІНА С.Е. Стратегія працевлаштування як ключова частина бізнес-стратегії підприємства	9
УСТИМЕНКО О.О. Генезис відмінностей стратегій ІТ аутсорсингових компаній та «продуктових» ІТ компаній	11
ОНИЩЕНКО В.О., ВЛАСЕНКО В.А. Напрями підвищення ефективності використання організаційно-розпорядчих методів управління підприємством у трансформаційний період	14
БОДНАР В.П. Підходи до оцінки кадрового потенціалу освітнього закладу	17
ГАДЖИСЬ ГАДЖИ НІЯЗІ ОГЛИ Теоретичні аспекти безпекоорієнтованого управління розвитку підприємств	19
ГОВОРУХА Ю.Ю. Теоретичні аспекти формування якості інтелектуальних послуг	21
ГОРЬ В.О., МИТРОФАНОВА Г.Я. Закордонний досвід підвищення кваліфікації працівників органів державної влади	24
PROKHORENKO O.V., KOKOSHYNska Y.M. Integrated csr management model for the pharmaceutical industry: a framework for sustainable impact	27
ГУЦАН О.М. Бренд роботодавця	31
ПИЛИПЕНКО А.В. Сутність стратегічного розвитку підприємства та види стратегій	34
ГУЦАН О.М. Особливості мотивування працівників відділів продажів компанії	37
HAN PENGBO, HUTSAN O.M. Forms of bonuses that can be used by an enterprise	40
ХАБАЛЕВСЬКИЙ В.А. Застосування принципів самоорганізації в холакратичних командах	43
КИРИЧУК В.І. Принципи управління командою проєкту в ІТ-сфері	46
ЛОБОДА І.О., ГУЦАН О.М. Методи оцінювання персоналу: класифікація	50
РАДЧЕНКО М.С. Стимулювання як засіб ефективної мотивації персоналу	53
СЕРГІЄНКО О.А. Роль компетенцій у забезпеченні стратегічної компетентності організації	57

КАНОВА О.А. Порівняння поширених бізнес-моделей	60
ПАТЛЮК А.О. Соціально-трудові відносини як система	62
ШМАТЬКО Н.М., ЯКОВЕНКО С.В. Штучний інтелект у кризовому менеджменті: адаптація управлінських стратегій до викликів невизначеності	66
VERES SOMOSI MARIANN, PERERVA P. Experience in training hr-specialists at universities in Hungary	69

СЕКЦІЯ 2 – МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ, ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІ ТА РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС

ПЕРЕПЕЧКІН І.О. , Управління маркетинговою діяльністю підприємства як стратегічний процес розвитку	73
БЄЛЯЄВ О.І., ЗАЙКА С.О. Перспективи використання інструментів штучного інтелекту для вирішення задач відділу маркетингу	76
МИХАЙЛЕНКО Д.Г., БОЛОТНА О.В., РИСКАЛЬЧУК А.О. Організація ефективної рекламної компанії як ключовий елемент успішного підприємництва	79
МІРОШНИК М.В., ІЛЛЯШЕНКО Є.С., ЛІТОВЧЕНКО А.А. Планування маркетингової діяльності у сучасних умовах	81
НОСАЧЕНКО О.А., ГВОЗДЄВА К.Д. Вплив культурних відмінностей на рекламні комунікації міжнародних компаній	83
ПЛУТЕНКО К.Е., УГРІМОВА І.В. Теоретичні засади управління товарно-матеріальними запасами	86
NAGY SZABOLCS, KOBIELIEVA T. Creative technologies in economics and marketing	89
SIKORSKA MAŁGORZATA, TKACHOVA N., KLIMOV M. Features of marketing in the field of educational services	93

СЕКЦІЯ 3 - АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АУДИТУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ

РОГОЗА А.О. Аналіз підходів до трактування поняття внутрішнього контролю	97
ЛУБКОВСЬКИЙ С.А., МАРТИНЮК Д.І. Фіскально-економічна роль вітчизняної системи прямого оподаткування за кризових часів	100
ЛІСОВИЙ С.М. Інституціональні механізми підтримки ІТ компаній: досвід ЄС	105
СКОРИК О.В. Зовнішньоекономічний потенціал у формуванні обліково-аналітичної стратегії підприємства	107
СУК П.Л., КРИВОРОТ О.Г. Нарахування амортизації необоротних активів за оберненим методом на основі чистого прибутку від основної неопераційної діяльності	110

СЕКЦІЯ 4 - БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

YEVTUSHENKO O.O., SAMUS P.O. Business analysis in IT-startups	114
ТРЕГУБ Я.В. Теоретичні аспекти бізнес-планування та розширення	

<u>СЕКЦІЯ 5 - АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ</u>	
ГАВРИЛОВ А.В. Ринок небанківських фінансових послуг України: тенденції розвитку в умовах воєнного стану	119
ПАРХОМЕНКО А.В. Цифровізація в податковій сфері	125
СОЛОМАТИНА Н.С., СЕРЕДА О.О. Розвиток страхового ринку України в умовах цифровізації	127
MOROZ K., KOBIELIEVA T., PERERVA P. Study of Ukraine's financial obligations to investors in the post-war period	130
САВЧУК О.Я. Тенденції цифровізації управління державними фінансами в умовах глобалізації	133

<u>СЕКЦІЯ 6 - ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ</u>	
ОМЕЛЬЧЕНКО І.Г. Роль стейкхолдерів у створенні спільної цінності	136
СТЕПУРИНА С.О. Особливості міжнародної торгівлі України в умовах воєнного стану	139

<u>СЕКЦІЯ 7 - ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ</u>	
YANG LAN, HUTSAN O.M. Models of the innovation process: chinese approach to clasification	141
УДОВИЧЕНКО С.О., МАЗОРЕНКО О.В. Цифрова культура як основа успішної трансформації компаній	144
МАЖНИК Л.О., ДЯЧЕК В.В., КУЦ Н.В. Особливості інноваційного розвитку підприємництва в умовах багатоаспектної невизначеності цифрової економіки	148
НАНКА О.В., МАТВЄЄВА Ю.А. Потенціал України як напрям іноземних інвестицій в аграрний сектор економіки: оцінка привабливості та перспективи розвитку	152
KOCZISZKY GYÖRGY, PERERVA P. Innovative development of an industrial enterprise	157
TOROI ILLKA, KOSENKO A. The finnish model of innovation commercialization	161

<u>СЕКЦІЯ 8 - ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ</u>	
PROKOPENKO O., PERERVA P. Methods and models of intellectual capital valuation	165
MAN MARIAN, TKACHOV M. Infringement of exclusive rights in the market of innovative and intellectual goods	169

СЕКЦІЯ 9 - АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ: ГЛОБАЛЬНІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ І УПРАВЛІННЯ

БАЛДЖИ М.Д., ГУЗЕНКО М.В. Економічні аспекти розвитку відновлювальної енергетики в Україні	174
БЕРЕЖНЬОВ Д.О., СОКОЛОВСЬКА С.Ю. Класифікація підприємницьких ризиків в умовах війни	177
ЗІНКО М.А. Глобальні та національні аспекти економіки в контексті державного управління змінами	180
КУЗЬМИНСЬКИЙ К.М., ДЮЖЕВ В.Г. Глобальна цифрова нерівність через призму індексів	182
КУЧЕРЯВА М.В. Розвиток циркулярної економіки як інструмент досягнення сталого розвитку	185
НЕУХАЦЬКА С.О. Актуальні питання економіки – глобальні та національні аспекти в контексті розвитку та управління в спортивній індустрії	187
KERSYS ROBERTAS, PERERVA P., KOBIELIEVA T. The impact of the war in Ukraine on the development of transport enterprises	190
ТИТАРЕНКО О.А., ПРЯМУХІНА Н.В. Регулювання фіскальної політики в контексті забезпечення економічної безпеки України	193

СЕКЦІЯ 10 - ПІДПРИЄМСТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ: ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ В ЦИФРОВУ ЕРУ

ДЕЖКІН Д.А. Вплив інновацій на забезпечення економічної безпеки підприємства	196
ГАВРИСЬ О.М., ГАВРИСЬ О.О. Ціни на орну землю і що на них впливає	199
ГУЦАН Т.Г., ЛИСАК Н.П. Особливості використання сучасних інноваційних платформ: переваги та ризики для інвесторів	202
ЛЕВКОВЕЦЬ Н.П., ШЕВЧУК В.О. Зміцнення конкурентоспроможності підприємства в умовах воєнного стану	205
РИЛОВ Д.Ю., БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б., ШАПРАН Є.М. Особливості інноваційного розвитку Ірландії	207
НЕГЛЯД А.В. Аналіз структурних змін в енергетичному секторі на тлі глобальних викликів	209
НІКУЛІН А.Д. Особливості управління логістичною діяльністю торговельних компаній	212
ІППОЛІТОВ Є.М. Проблеми захисту інформації в системі управління підприємством	216
ШАПРАН Є.М., МАЩЕНКО Р.В. Особливості інвестиційних проєктів як об'єктів ризику	219
ШАПРАН Є.М., ПЕТРУХНОВ О.В. Місце підприємницьких структур відновлювальної енергетики в паливно-енергетичному комплексі України	222

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут» 2024 р.

Наукове видання

Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки,
менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2024 рік в 2 т.

Т. 2 : Труди XV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції
студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки
України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2024» 25 грудня 2024 р.

Редактори:
Строков Є.М.
Гуцан О.М.

Верстка, оригінал-макет
та дизайн обкладинки:
Строков Є.М.

Підписано до друку: 30.12.2024 р. Формат 60x84/16
Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум. друк. а 13,19
Тираж 300 екз

Друк НТУ «ХПІ»
м. Харків, вул. Кирпичова, 2