

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА МІСЬКА РАДА
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФАХОВИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ**

**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ
УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

**Матеріали
XVII Всеукраїнської науково-практичної конференції
20-21 березня 2025 року**

Черкаси – 2025

УДК 338.31+65
ББК 65.1

*Рекомендовано до друку рішенням Педагогічної ради
Черкаського державного фахового бізнес-коледжу
Протокол № 1-24/25 від 26 березня 2025 р.*

Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів.
Матеріали XVII Всеукраїнської науково-практичної конференції. (20-21 березня 2025 р.
м. Черкаси). — Черкаси: ЧДБК, 2025. — 275 с.

Організаційний комітет конференції

Голова оргкомітету – АЗЬМУК Надія – доцент, д-р. екон. наук, заступник директора з навчально-методичної роботи Черкаського державного фахового бізнес-коледжу, голова організаційного комітету.

Члени оргкомітету:

КУЗНЕЦОВА Наталія – доцент, д-р. екон. наук, завідувач кафедри економіки, управління та адміністрування Черкаського державного фахового бізнес-коледжу;

ЗДІР Віктор – канд. екон. наук, завідувач відділення економіки, обліку та фінансів Черкаського державного фахового бізнес-коледжу;

ПІСКОВА Світлана – завідувач відділення підприємництва та маркетингу Черкаського державного фахового бізнес-коледжу;

ПОЛЯХ Сергій – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, управління та адміністрування Черкаського державного фахового бізнес-коледжу;

БОРОВИК Тетяна – відповідальний секретар.

Випуск тез наукових робіт науковців, представників підприємств, установ, організацій, здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, підготовлений за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції «Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів», яка відбулася 20-21 березня 2025 року.

Представлені у матеріалах науково-практичної конференції тези учасників подані в авторській редакції та відображають власну наукову позицію авторів. Автори тез несуть повну відповідальність за точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних та джерел посилання.

2. Про креативну економіку. URL: <http://www.creativecities.org.ua/uk/creativeeconomy/about/?msclkid=f9964d04ceea1eca37ea0b39c8e23b8>
3. Ушкаренко Ю. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції /Ю. Ушкаренко, А. Чмут, К.Синякова// [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/10.pdf - Назва екрана
4. Креативна економіка – нова економічна епоха XXI / Економічна правда. (epravda.com.ua).
5. Креативна економіка: нова економічна епоха XXI ст. Концепт креативної економіки. Глобальні тренди. Потенціал та перспективи креативної економіки в Україні/ В. Галасюк, І. Гужва, Д. Серебрянська, Є. Іванов, І. Комендо, О. Митник. URL: https://creativeeconomy.center/wpcontent/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf

УДК 658.3

КРОС-КУЛЬТУРНЕ УПРАВЛІННЯ В ГЛОБАЛЬНИХ КРЕАТИВНИХ ПРОЕКТАХ

Вікторія Мацука

v.matsuka@mu.edu.ua

канд. екон. наук, доцент

Мариупольський державний університет, м. Київ

У сучасному глобалізованому світі креативні індустрії набувають все більшої значущості для економік різних країн, сприяючи розвитку не тільки фінансової сфери, але й культури, науки та технологій. Однак управління глобальними креативними проектами, що залучають людей з різних культурних середовищ, стає надзвичайно складним завданням. Це вимагає спеціальних підходів, оскільки креативність часто переплітається з культурними відмінностями, що визначають способи комунікації, прийняття рішень і розв'язання проблем.

Крос-культурне управління полягає в організації ефективної взаємодії людей з різних культур для досягнення спільних цілей проекту. У рамках глобалізації, коли команди стають все більш міжнародними, крос-культурне управління набуває важливості для успіху креативних ініціатив. Креативність нерідко залежить від здатності комбінувати різні ідеї та підходи, що створює конкурентні переваги. Тому ефективне управління такими командами, які складаються з представників різних культур, є важливим чинником для досягнення успіху.

В рамках глобальних креативних проектів необхідно не тільки ефективно управляти часом і ресурсами, але й забезпечити злагоджену взаємодію серед учасників, які можуть мати різні підходи до роботи, комунікації та вирішення завдань. Крос-культурне управління дозволяє менеджерам знайти оптимальний баланс між індивідуальними культурними особливостями та спільними цілями проекту.

Основні виклики крос-культурного управління [1].

Комунікаційні бар'єри. Культура значною мірою впливає на стиль комунікації, тому в міжнародних командах можуть виникати непорозуміння через відмінності в мовних та невербальних практиках. У деяких культурах прямолінійність є нормою, в інших – це може викликати неприязнь. Тому важливо розробити стратегію комунікації, яка враховує ці відмінності. Табл. 1, ілюструє різні стилі комунікації.

Таблиця 1

Стилi комунікації у крос-культурному управлінні крос-культурного управління

Тематичний напрям 7. Креативна економіка як нова модель економічного розвитку

Культура	Стиль комунікації	Рекомендації для менеджера
Західна	Прямолінійний, чіткий, логічний	Бути прямим і чітким у висловленнях, не уникати конфліктів
Східна	Невизначений, непрямий, дипломатичний	Зберігати тон тонким і ввічливим, уникати прямої критики
Латинська Америка	Емоційний, живий, виразний	Підтримувати емоційну виразність і взаємну підтримку
Африканська	Колективний, залежний від контексту	Уважно слухати та враховувати соціальні зв'язки і контекст

Різноманітність стилів управління та прийняття рішень. Культури можуть сильно відрізнятися в підходах до ієрархії та процесу прийняття рішень. В одних культурах вважається важливим централізоване управління, в інших – надається перевага демократичному підходу. Менеджери повинні адаптувати свій стиль управління відповідно до особливостей кожної культурної групи [2]. Культурні відмінності у ставленні до часу. У різних культурах існують різні уявлення про важливість часу та термінів. Наприклад, у західних культурах суворо дотримуються термінів, тоді як в деяких азійських країнах можуть бути більш гнучкі підходи до часу. Це може вплинути на організацію роботи та планування проєктів.

Конфлікти через стереотипи. В умовах багатокультурних команд можуть виникати конфлікти через стереотипи чи упередження щодо представників інших культур, що, в свою чергу, знижує ефективність командної роботи [3]. Крос-культурне управління є невід’ємною частиною успіху глобальних креативних проєктів. Табл. 2 демонструє реальні приклади таких проєктів і їх підходи до культурної адаптації.

Таблиця 2

Приклади глобальних креативних проєктів і їх крос-культурні аспекти

Проєкт	Опис	Крос-культурний аспект	Приклад
Apple – Рекламна та маркетинг	Креативні рекламні кампанії компанії Apple (наприклад, «Think Different»)	Адаптація маркетингових кампаній до культурних особливостей кожного ринку, включаючи локалізацію контенту, використання різних культурних символів.	Кампанії в Японії з акцентом на технічні характеристики, в США – емоційний аспект бренду.
Lego – Міжнародні колаборації	Спільні проєкти з голлівудськими студіями (наприклад, «Зоряні війни», «Гаррі Поттер»)	Спільні проєкти, що адаптуються під різні культурні ринки, з урахуванням локальних уподобань.	Lego створює спеціальні набори для кожного ринку, враховуючи місцеві культурні особливості та тенденції.
Coca-Cola – Кампанії зі святкуванням різноманіття	Кампанія «Відчуй смак різноманіття»	Адаптація рекламних кампаній під різні культурні контексти, зберігаючи основну концепцію бренду, враховуючи локальні традиції і свята.	Зміна кольорів упаковки, дизайну та вибір моделей для реклами в різних країнах.
Nike – Співпраця з міжнародними атлетами	Співпраця з спортсменами світового рівня, наприклад, Кобі Брайантом і Сереною Вільямс	Використання глобальних спортсменів для формування єдиної культури Nike, з одночасним врахуванням культурних різниць в маркетингових кампаніях.	Кампанії, що підтримують рівність, соціальні права та залучення спортсменів з різних культурних середовищ.
The LEGO Foundation – Освітні проєкти	Розвиток освітніх програм для дітей по всьому світу.	Адаптація навчальних матеріалів до різних культурних традицій і соціальних потреб дітей в різних країнах.	Програми, які заохочують творчість у дітей з урахуванням культурних відмінностей.
UNICEF – Кампанія «Час діяти»	Кампанія, що підтримує права дітей на освіту по всьому світу.	Підвищення обізнаності про права дітей в різних країнах з врахуванням соціальних і культурних проблем кожного регіону.	Кампанії, адаптовані до конкретних культур, із використанням місцевих мов і символів.

Для подолання зазначених викликів менеджери повинні застосовувати відповідні стратегії. Рис. 1, яка відображає ключові стратегії для ефективного крос-культурного управління.

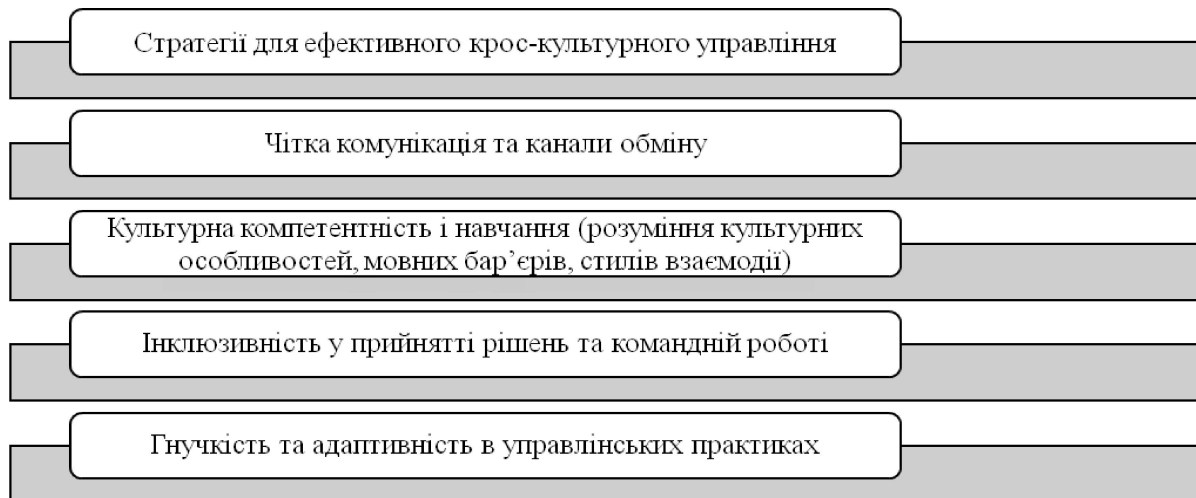


Рис. 1 Стратегії для ефективного крос-культурного управління

Культурна компетентність. Менеджери повинні володіти знаннями про культурні відмінності та вміти адаптувати свою поведінку залежно від культурного контексту. Це включає розуміння різниць у ставленні до авторитету, командної роботи, стилів.

Чітка комунікація. Для зменшення ймовірності непорозумінь важливо створити ефективні канали комунікації. Врахування часових та географічних бар'єрів може бути досягнуте завдяки використанню сучасних технологій для дистанційної комунікації. Проте важливо, щоб усі члени команди мали доступ до необхідної інформації.

Інклюзивність у прийнятті рішень. Успіх проєкту значною мірою залежить від того, чи можуть усі учасники команди висловити свої думки та пропозиції. Це дозволяє зібрати різноманітні ідеї та врахувати культурні аспекти в процесі прийняття рішень.

Навчання та розвиток. Підвищення культурної обізнаності через тренінги і семінари є важливим інструментом для мінімізації конфліктів та стереотипів, що можуть виникнути в багатокультурних командах [4].

Гнучкість та адаптація. Менеджери повинні бути готовими до змін, адаптуючи свої стратегії відповідно до нових обставин та вимог проєкту. Гнучкість у підходах дозволяє швидко реагувати на непередбачені ситуації та знаходити креативні рішення [5].

Крос-культурне управління є важливою складовою успіху глобальних креативних проєктів. З огляду на швидку глобалізацію та інтеграцію ринків, культурні бар'єри набувають все більшого значення. Однак, багатство ідей, яке може бути отримане завдяки різноманіттю культур, здатне значно покращити інноваційність та креативність команд. Успіх залежить від культурної обізнаності, чіткої комунікації та інклюзивного підходу до управління.

Застосування цих стратегій дозволить менеджерам ефективно організовувати роботу глобальних команд, забезпечуючи досягнення високих результатів у креативних проєктах, що мають великий потенціал для розвитку в умовах змінного світу.

Список використаних джерел

1. Luthans F., Doh J. P. International Management: Culture, Strategy, and Behavior. McGraw-Hill Education, 2018.
2. Thomas A. S., Peterson, M. F. Cross-Cultural Management: Essential Concepts. Sage Publications, 2017. 336 p.
3. Tung R. L. The Role of Culture in International Business. Springer, 2016.

4. Мацука В.М. ГЛОБАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ТРЕНДИ УКРАЇНИ. Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів. Матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції. (18-19 квітня 2024 р. м. Черкаси). Черкаси: ЧДБК, 2024. С.42-43. URL: <http://csbc.edu.ua/documents/student/190424.pdf> (дата звернення: 07.03.2025).

5. Мацука В.М. ТРЕНДИ ТА ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ. Технологія-2024: матеріали міжн. наук.-практ. конф. 24 травня. 2024 р., м. Київ. / укладач Є. І. Зубцов. Київ: Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля, 2023. с.270-271.

УДК 338.1: 330.3: 339.923

ПРАВОВІ ТА ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БІЗНЕСІ ТА ІНШИХ СФЕРАХ ЖИТТЯ

Синільник Вікторія

vikasiniilnik27@gmail.com

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: канд. іст. наук Сергій Куксенко

Сьогоднішня реальність та технології, які застосовуються у нашому житті, кардинально відрізняються від тих, що були ще декілька десятків років тому. Нині у надшвидкому темпі розвиваються нейронні мережі, які стали не лише нашими помічниками, а й певною мірою замінили нас самих. Штучний інтелект (ШІ) – це одна з ключових технологій сучасності. Понад 50 розвинутих країн світу вже створили і затвердили національні стратегії розвитку ШІ, щоб зафіксувати свої завдання й пріоритети у цій сфері, прискорити темпи свого науково-технічного та соціально-економічного розвитку. Україна не є винятком із загальносвітового тренду і згідно з опитуванням Kantar Ukraine, 78.7% опитаних громадян знають, що таке штучний інтелект. При цьому лише 7.6% зазначили, що не знають, що таке ШІ. Ще 13.7% не змогли надати однозначну відповідь [2, с.6]. Також значна частка громадян України вже мала досвід використання технологій ШІ, починаючи від взаємодії із чат-ботами і закінчуючи використанням побутових приладів, що містять в собі технології штучного інтелекту. Штучний інтелект стрімко змінює сучасний світ, впливаючи на різні сфери людської діяльності, зокрема економіку, право, науку та управління. За результатами опитування у січні 2024 р., 29.1% респондентів зазначили, що використовують ШІ в тій чи іншій сфері, 16.6% не змогли дати однозначну відповідь і 54.3% зазначили, що не використовують ШІ [2, с.6]. Структура світового ринку генеративного ШІ у частині моделей і платформ має тенденцію до кристалізації 5 великих гравців ШІ, які, згідно з дослідженням IOT Analytics 2023, сукупно займають 84 % ринку ШІ-платформ (рис.1).

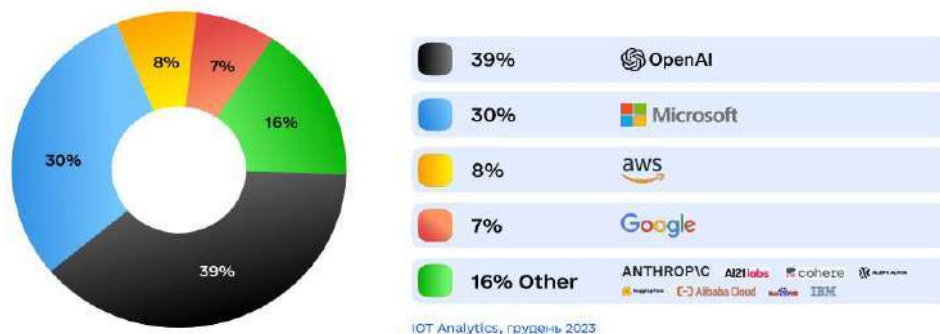


Рис. 1 Доля на світовому ринку генеративного ШІ: моделі і платформи [2, с. 28]

Нині все більше й більше підприємств використовує ШІ, покладаючи на нього обов'язки від вдосконалення операційної ефективності обслуговування клієнтів до прийняття стратегічних рішень. Наприклад, системи штучного інтелекту можуть аналізувати