



АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

наукової конференції студентів та молодих учених
спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

(м. Полтава, 2 грудня 2020 року)

Полтава
2020

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ» (ПУЕТ)
Кафедра міжнародної економіки та
міжнародних економічних відносин

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

наукової конференції студентів та молодих учених
спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

(м. Полтава, 2 грудня 2020 року)

За загальною редакцією В. Ю. Стрілець

**Полтава
ПУЕТ
2020**

УДК 33(100):167.1-021.412]:339.92-044.992](082)
А43

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено

Редакційна колегія:

В. Ю. Стрілець, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

А43 **Актуальні проблеми теорії та практики міжнародних економічних відносин в умовах глобальної трансформації**: матеріали наукової конференції студентів та молодих учених спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини (м. Полтава, 2 грудня 2020 р.) / за заг. ред. В. Ю. Стрілець. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 72 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R).

ISBN 978-966-184-391-1

У матеріалах наукової конференції представлені дослідження студентів та молодих учених спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини з актуальних проблем міжнародних економічних відносин.

УДК 33(100):167.1-021.412]:339.92-044.992](082)

Для студентів ВНЗ, аспірантів, викладачів.

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

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і
торгівлі», 2020

ISBN 978-966-184-391-1

ЗМІСТ

<i>Бакушина В. В., Артеменко І. А.</i> Особливості управління персоналом міжнародних компаній.....	5
<i>Гапон К. Т., Артеменко І. А.</i> Стратегії міжнародного маркетингу ТНК	8
<i>Доля Л. І., Артеменко А. В.</i> ТНК у системі сучасного міжнародного бізнесу (на матеріалах «McDonald's Corporation»).....	12
<i>Капліна С. І., Артеменко А. В.</i> Рушійні сили та фактори глобалізації світової економіки.....	15
<i>Корнійчук Є. Ю., Стрілець В. Ю.</i> Мотивація як інструмент управління трудовими ресурсами	19
<i>Мамедалиев А. А., Флегантова А. Л.</i> Проблемы повышения международной конкурентоспособности предприятий Украины в условиях глобализации	22
<i>Бесчетнікова Д. Д., Артеменко А. В.</i> Сучасна євроінтеграційна стратегія України.....	26
<i>Білокіз М. Б., Стрілець В. Ю.</i> Роль фінансово-кредитних інститутів в становленні української економіки	29
<i>Капустянська Б. Д., Франко Л. С.</i> Розвиток міжнародного туризму.....	34
<i>Козякова А. М., Клименко В. І.</i> Вплив глобалізації на діяльність транснаціональних корпорацій на систему становлення міжнародного бізнесу.....	38
<i>Коробко А. В., Туль С. І.</i> Діджиталізація міжнародної торгівлі: особливості та мегатренди	41
<i>Любищенко М. М., Артеменко І. А.</i> Іноземне інвестування як стратегічний чинник розвитку економіки України	44
<i>Мартинова О. В., Артеменко А. В.</i> Транснаціональні корпорації як рушійні сили процесу економічної глобалізації	47
<i>Олексенко А. В., Артеменко І. А.</i> Роль бренду у формуванні та реалізації маркетингової діяльності компанії «APPLE, INC.»	49
<i>Підгорна К. О., Франко Л. С.</i> Розвиток компанії Amadeus IT Group, S.A. в умовах пандемії	53

емства. Наприклад, вибір довгострокового використання вузького кола комунікативних методів, таких як реклама на спеціальних каналах телебачення для дорослої аудиторії (бізнес-видання) і в різних періодичних виданнях, може не давати відчутних результатів по формуванню бренду товару внаслідок помилкових передумов у виборі видань, які дивляться або читають потенційні споживачі. Це підводить до висновку про необхідність своєчасних заходів з управління ризиками в системі маркетингової стратегії на кожному з її основних напрямків.

Висновки. Діяльність ТНК в сучасних умовах обумовлена наступними основними тенденціями: глобалізація, зростання сукупного споживання, стрімке зростання кількості ТНК і, як наслідок, посилення конкуренції та розширення співробітництва між ТНК, а також бурхливого розвитку науково-технічного прогресу, появи якісно нових ринків збуту. Таким чином, сучасним ТНК необхідно вибудовувати маркетингові стратегії з урахуванням зростання конкуренції, використовувати новітні технології маркетингу, освоювати нові ринки та своєчасно залишати стагнуючі. Крім того, маркетингові стратегії ТНК не повинні ігнорувати національні особливості кожної приймаючої країни та переваги від співпраці і розробки узгодженої маркетингової стратегії з компаніями суміжних галузей. Вибудовуючи маркетингову стратегію ТНК, необхідно ретельно вивчити кожен ринок збуту, виявити особливості попиту, провести всебічний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Кони́на Н. Ю. Конку́рентоспо́собно́сть транснациональных корпорацій в условиях глобализации [Електронний ресурс] / Н. Ю. Кони́на // автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Режим доступа: https://mgimo.ru/files/120871/avtoref_konina.doc. – Назва з екрана (дата обращения: 24.11.2020).
2. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран [Електронний ресурс] / М. Портер. – Режим доступа: https://fictionbook.ru/author/mayikl_porter/mejdunarodnaya_konkurenciya_konkurentnyi/read_online.html. – Назва з екрана (дата обращения: 24.11.2020).

ТНК У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ (НА МАТЕРІАЛАХ «MCDONALD'S CORPORATION»)

Л. І. Доля, студентка 2 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

А. В. Артеменко, к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Стаття присвячена теоретичному обґрунтуванню сутності транснаціональних корпорацій у системі сучасного міжнарод-

ного бізнесу. Досліджено організаційно-економічну характеристику та особливості функціонування «McDonald's Corporation».

Ключові слова: міжнародний бізнес, транснаціональні корпорації.

MNCS IN THE SYSTEM OF MODERN INTERNATIONAL BUSINESS (ON MATERIALS «MCDONALD'S CORPORATION»)

Abstract. The article is devoted to the theoretical substantiation of the essence of transnational corporations in the system of modern international business. The organizational and economic characteristics and main competitive advantages of «McDonald's Corporation» are studied.

Keywords: international business, multinational corporations.

Постановка проблеми. Транснаціональні корпорації стали однією з головних рушійних сил глобалізації, вони є основною складовою глобальної економіки, беручи активну участь в усіх процесах міжнародного бізнесу.

Аналіз останніх наукових досліджень. Специфіка діяльності ТНК у системі сучасного міжнародного бізнесу проаналізована у ряді наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема: Довгаль О. А., Панкова Ю. М., Давидова І. О., Величко К. Ю., Печенка О. І.

Формулювання мети – дослідження масштабів діяльності ТНК у системі сучасного міжнародного бізнесу на матеріалах «McDonald's Corporation».

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з головних цілей міжнародного бізнесу, як і окремих підприємств, є отримання прибутку. Проте міжнародний бізнес базується на можливості здобуття прибутку саме з переваг міжкрайових економічних операцій. Таким чином, міжнародний бізнес – це економічна взаємодія підприємств (організацій) або їхніх підрозділів, що знаходяться в різних країнах [1].

Серед змін, що характеризують сучасний світовий бізнес, найістотношою є створення ТНК, які вважаються головною структурною характеристикою світової економіки. У середньому на 60 тис. ТНК та їх 500 тис. філій припадає близько 1/3 усіх виробничих фондів приватного сектору і близько 40 % загального обсягу промислового виробництва, біля 50 % операцій світового зовнішньоторговельного обороту і майже 60 % операцій в експорті капіталу розвинутих країн [4].

Транснаціональні корпорації – це підприємства, які є міжнародними за характером своєї діяльності. Вони мають певну національну належність, але їхні філії та дочірні підприємства розташовані в різних країнах. У наш час практично всі великі компанії світу – транснаціональні. Причому деякі з них майже на 100 % ведуть діяльність у своїх закордонних філіях [3, 5].

Міжнародний бізнес характеризується сукупністю угод укладених і здійснюваних через національні кордони для реалізації цілей окремих індивідуумів, організацій, фірм. Міжнародний бізнес відрізняється від національного тим, що він пов'язаний з переміщенням ресурсів, послуг з однієї країни до іншої, але не лише в середині однієї країни.

До найпоширеніших видів міжнародного бізнесу відносять: експорт, імпорт, ліцензування, франчайзинг, прями іноземні інвестиції. Найбільш розповсюдженим способом ведення міжнародного бізнесу (60 %) є франчайзинг. Проникнення франшизера до іншої країни – це вибір головної франшизи й передача цій організації (зазвичай місцевій) прав у країні або регіоні. Потім основний покупець відкриває власну торгівлю або торгівлю через суб-франшизу. За такою схемою працюють підприємства «McDonald's Corporation».

Успіх «McDonald's Corporation» пов'язаний з ідеєю забезпечення високого рівня якості обслуговування. У той час, коли інші франчайзери просто дублювали основні напрямки свого бізнесу, компанія «McDonald's Corporation» послідовно поліпшувала кожен аспект своєї діяльності. Подібна організація підвищила ефективність і знизила витрати. Тому компанія «McDonald's Corporation» є прикладом ефективної реалізації франчайзингової технології, яка представлена на сьогоднішній день у 119 країнах світу більше 30 000 ресторанами, близько 75 % (приблизно 23 000) з яких знаходяться в управлінні франчайзі [7].

Протягом останніх десяти років, компанія «McDonald's Corporation» входить в п'ятірку лідерів світового ринку громадського харчування та є основним конкурентом ресторанів Subway, KFC, Burger King за рахунок сильного бренду і загального обсягу продажів у 35 млрд дол. США. «McDonald's Corporation» розробила єдині стандарти приготування страв, технології обладнання, маркетингових стратегій, програм підготовки персоналу, організації обслуговування, методики вибору місця розташування закладів та системи постачання. Отже успішне функціонування компанії «McDonald's Corporation» полягає правильному виборі стратегії бізнесу та організаційної структури компанії [6].

Висновки. Серед змін, що характеризують сучасний міжнародний бізнес, найістотнішою є створення ТНК, які вважаються головною структурною характеристикою світової економіки. Досліджувана компанія використовує у своїй діяльності один з найпоширеніших видів міжнародного бізнесу – франчайзинг. «McDonald's Corporation» є прикладом ефективної реалізації франчайзингової технології, яка представлена на сьогоднішній день у 119 країнах світу. Компанія «McDonald's Corporation» входить в п'ятірку лідерів світового ринку

громадського харчування. Успішне функціонування компанії полягає у правильному виборі стратегії бізнесу та організаційної структури компанії.

Список використаних джерел

1. Міжнародний бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://works.doklad.ru/view/8KWb3hUwsGo.html>. – Назва з екрана.
2. Довгаль О. А. Глобалізаційні процеси в економіці / О. А. Довгаль, Ю. М. Панкова. – Харків, 2016. – 354 с.
3. Міжнародні компанії в системі сучасного міжнародного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/13761025/menedzhment/mizhnarodni_kompaniyi_rol_suchasnomu_mizhnarodnomu_biznesi. – Назва з екрана.
4. Давидова І. О. Транснаціональні корпорації / І. О. Давидова, К. Ю. Величко, О. І. Печенка. – Харків : Форт, 2018. – 175 с.
5. Транснаціональні корпорації в міжнародній економічній системі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/12_2010/9.pdf. – Назва з екрана.
6. Франчайзинг в компанії «McDonald's Corporation» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://knowledge.allbest.ru/economy/2c0a65635a3ac79b4c53b88421206d27_0.html. – Назва з екрана.
7. Теоретичні основи франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=875463>. – Назва з екрана.

РУШІЙНІ СИЛИ ТА ФАКТОРИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

С. І. Капліна, студентка 2 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

А. В. Артеменко, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. У статті розглянуто глобалізацію як процес інтернаціоналізації національної економіки. Обґрунтовано головні рушійні фактори, які посилюють глобалізаційні процеси.

Ключові слова: глобалізація, інтернаціоналізація, економічні відносини, фактори впливу.

DRIVING FORCES AND FACTORS OF GLOBALIZATION OF THE WORLD ECONOMY

Abstract. The article considers globalization as a process of internationalization of the national economy. The main driving factors that intensify globalization processes are substantiated.

Keywords: globalization, internationalization, economic relations, factors of influence.

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

наукової конференції студентів та молодих учених
спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

(м. Полтава, 2 грудня 2020 року)

Головний редактор *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 4,2.
Зам. № 149/1885.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎(0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і
розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.