



# 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>Любименко 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

Отже, «Apple, Inc.» – батьківський бренд з яскравою ідентичністю, який полягає в оригінальності пропонуваніх інновацій, в простоті і легкості, з якими ці інновації вирішують проблеми споживача, а також в постійному розвитку своїх ідей

### Список використаних джерел

1. Безрукова Н. В. Глобальные бренды в современной экономической системе [Електронний ресурс] / Безрукова Н. В. Свечкарь В. А. – Режим доступу: [http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/1524/1/69\\_Безрукова\\_Свечкарь.pdf](http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/1524/1/69_Безрукова_Свечкарь.pdf) (дата звернення: 21.11.2020). – Назва з екрана.
2. Носирев О. О., Шахтарін К. О. Брендінг компанії в аспекті ефективного інноваційного маркетингу [Електронний ресурс] / Носирев О. О., Шахтарін К. О. – Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15450748145961.pdf> (дата звернення: 21.11.2020). – Назва з екрана.
3. Сайт компанії «Apple» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://file.liga.net/companies/apple> (дата звернення: 21.11.2020). – Назва з екрана.
4. Стратегія бренд-менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://stud.com.ua/143876/marketing/strategiyi\\_brend\\_menedzhmentu](https://stud.com.ua/143876/marketing/strategiyi_brend_menedzhmentu) (дата звернення: 21.11.2020). – Назва з екрана.
5. Развитие бренда «Apple» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a65625b3bc69b4c43b88521206c37\\_0.htm](https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a65625b3bc69b4c43b88521206c37_0.htm) (дата звернення: 21.11.2020). – Назва з екрана.

### РОЗВИТОК КОМПАНІЇ AMADEUS IT GROUP, S.A. В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

*К. О. Підгорна, студентка 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти*

*Л. С. Франко, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню діяльності компанії «Amadeus IT Group, S.A.», впливу пандемії COVID-19 на розвиток туристичної галузі у світі. Проаналізовано основні фінансові показники розвитку компанії. Вивчено основні адаптивні зміни в напрямках діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг та їх наслідки. Визначено ключові напрями реалізації стратегії підтримки авіакомпаній під час кризи COVID-19.

**Ключові слова:** ТНК, міжнародний бізнес, туристичні послуги, міжнародний ринок, компанія, пандемія, ІТ-технології.

### DEVELOPMENT OF AMADEUS IT GROUP, S.A. IN THE CONDITIONS OF A PANDEMIC

**Abstract.** The article is devoted to the study of the activities of «Amadeus IT Group, S.A.», the impact of the COVID-19 pandemic on the

development of the tourism industry in the world. The main financial indicators of the company's development are analyzed. The main adaptive changes in the directions of activity of the subjects of the market of tourist services and their consequences are studied. The key areas for implementing the strategy of supporting airlines during the COVID-19 crisis have been identified.

**Keywords:** TNCs, international business, travel services, international market, company, pandemic, IT technologies.

**Постановка проблеми.** Туристична індустрія стала однією із сфер, на яку пандемія вплинула найбільше та нанесла найбільші втрати для розвитку туризму. Туристичні послуги «Amadeus IT Group, S.A.» є найзатребуваніші та дають чималий внесок у світову економіку, саме тому компанія тісно співпрацює зі своїми клієнтами аби допомогти їм якомога краще орієнтуватися в складних умовах, оскільки ситуація в кожному випадку унікальна. Компанія адаптується до змін та шукає найкращі способи підтримати своїх клієнтів і їх бізнес в цей важкий час

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Значна увага дослідженню проблем та перспектив розвитку туристичної галузі в умовах пандемії приділялася такими зарубіжними та вітчизняними науковцями, як: Г. Блайль, А. Дурович, З. Атаманчук, Я. Жаліло, Д. Лук'яненко, Т. Орехова, А. Румянцев, Т. Ткаченко та інші.

**Метою статті** є дослідження розвитку ринку туристичних послуг в умовах пандемії COVID-19 та її вплив на діяльність транснаціональних корпорацій, на прикладі «Amadeus IT Group, S.A.».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туристична галузь світу забезпечувала близько десятої частини зростання глобальної економіки, останніми роками її називали глобальним драйвером. Адже вона розвивалася значно швидше, ніж світова економіка загалом. З поширенням коронавірусу туристична індустрія постала перед кризою, яка може виявитися найгіршою в історії. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) кількість міжнародних туристів може скоротитися на 20–30 % в порівнянні з показниками 2019 року через пандемію коронавірусу [3]. При цьому наголошується, що очікуване падіння такого розміру, може привести до зниження надходжень від міжнародного туризму (експорту) в розмірі 300–450 млрд доларів США, що становить майже третину від 1,5 трільйона доларів США, отриманих в минулому році [3].

«Amadeus IT Group, S.A.» – компанія, яка побудувала бізнес у двох напрямках: глобальна система дистрибуції та бізнес з інформаційних технологій. «Amadeus IT Group, S.A.» надає послуги з пошуку, ціноутворення, бронювання, продажу квитків в режимі реального часу

туристичним провайдерам та туристичним агенціям через свою ділову зону Amadeus CRS. Корпорація також пропонує комп'ютерне програмне забезпечення, яке автоматизує такі процеси, як бронювання; програмне забезпечення для управління вільним номерним фондом та системою контролю виїзду. Основними клієнтами компанії є авіакомпанії, готелі, туроператори, страховики, орендодавці автомобілів та залізничні компанії, поромні та круїзні лінії, туристичні агенції [1].

За перший квартал 2020-го року обсяги послуг індустрії авіакомпаній туристичного агентства «Amadeus IT Group, S.A.» скоротилися на 46,4 % порівняно з аналогічним періодом минулого року. Пандемія COVID-19 спричинила зменшення об'єму бронювання з високим двозначним показником у всіх регіонах. Особливих втрат зазнали Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Європа, які найбільш постраждали від поширення вірусу та карантинних заходів в цьому кварталі. Також було зафіксована значна кількість скасованих бронювань через пандемію, особливо до кінця першого кварталу 2020 року [4].

Було зареєстровано зменшення бронювань авіаквитків у туристичній агенції Amadeus за 1-й квартал 2020 року у розмірі 47,7 %. Обсяг бронювань авіатранспорту за участі «Amadeus IT Group, S.A.» за цей період зменшився на 15,4 %. Незважаючи на загальний негативний вплив пандемії COVID-19 на світову туристичну галузь, обсяги бронювання готелів та оренди автомобілів у першому кварталі 2020 року зросли завдяки збільшенню кількості туристичних поїздок клієнтів в межах країни.

У першому кварталі 2020-го року, коли пандемія COVID-19 поширилася по всьому світу, розвиток туристичної індустрії фактично зупинився, негативно вплинувши на кількість туристичних поїздок, бронювання авіаквитків та пасажирські перевезення. За даними агентства Moody's, пасажиропотік скоротився в середньому на 30 %, що призвело до стрімкого зниження обсягів доходів аеропортів [2].

Дохід компанії «Amadeus IT Group, S.A.» значно зменшився протягом 1-го кварталу 2020 року, а саме на 27,3 % до 1 021,7 млн. Євро. Показник скоригованого прибутку також продемонстрував зниження на 57,5 % до 141,8 млн. Євро. Сектор IT Solutions компанії також відчув наслідки пандемії у вигляді зменшення кількості пасажирів, які сіли на борт літаків на 12,0 %, до 383,9 млн осіб. Пандемія спричинила зменшення кількості пасажирів, які скористалися послугами авіаперевізників у всіх регіонах, за винятком Північної Америки, яка отримала користь від міграції Air Canada у листопаді 2019 року [4].

Компанією «Amadeus IT Group, S.A.» було вжито низку важливих заходів для зміцнення фінансового становища та підтримки бізнесу, включаючи реалізацію загального плану ефективності, скасування

додаткових виплат дивідендів та підвищення рівня ліквідності. Окрім цих заходів, компанія активно працювала з клієнтами, щоб підтримати їх у ці важкі часи. Зокрема було оновлено сервісний центр Amadeus з інструкціями щодо поширених запитань мандрівників, включаючи інформацію про повернення квитків, обмін та перевірку. Для авіакомпаній пришвидшили доставку продуктів та скоротили час надання послуг, які допомагають клієнтам авіакомпаній Amadeus залишатись у постійному контакті з мандрівниками та туристичними агенціями, наприклад, поширені запитання про чат-бот, що стосуються спалаху, а також послуги передачі даних для моніторингу їхнього бізнесу [4].

Такі заходи є досить ефективними і користуються попитом серед клієнтів компанії. На кінець березня 2020 року 213 клієнтів уклали контракти на будь-яку з систем обслуговування пасажирів Amadeus (Altéa або New Skies), а 209 запровадили їх. Протягом першого кварталу 2020 року Mauritania Airlines, Air Tahiti, Azerbaijan Airlines та STARLUX Airlines завершили свою міграцію на платформу Altéa, тоді як JSX була впроваджена в New Skies [5].

У першому кварталі 2020 року нещодавно створена корейська авіакомпанія Air Premia уклала контракти на обслуговування пасажирів та допоміжну платформу продажів квитків Navitaire, а також на додаток Navitaire щодо управління доходами та обліку доходів. Протягом другого кварталу новий нігерійський перевізник, Green Africa Airways, також уклав контракт з New Skies [6].

Таким чином, компанія «Amadeus IT Group, S.A.», яка має ряд конкурентних переваг на ринку туристичних послуг досить вдало їх використовує для розвитку та підтримки власного бізнесу на міжнародному рівні, що забезпечує їй мінімізацію наслідків від пандемії COVID-19

**Висновки.** Немає жодної сфери бізнесу, яка б не відчула наслідки впливу світової пандемії. Однією із галузей світової економіки, яка зазнала негативного впливу пандемії COVID-19 є саме туристична. Компанія «Amadeus IT Group, S.A.» давно працює у сфері туризму. До початку пандемії компанія демонструвала успішний розвиток майже в усіх регіонах світу. Негативний вплив пандемії на діяльність компанії був особливо відчутний у першому-другому кварталах 2020 року. Керівництвом «Amadeus IT Group, S.A.» було вжито ряд заходів для зміцнення фінансового становища компанії та для активізації співпраці з клієнтами і партнерами – як адаптивна відповідь на вплив пандемії сьогодні та можливих наслідків у майбутньому.

### Список використаної літератури

1. Портфоліо компанії Amadeus IT group, S. A [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://amadeus.com/ru/%d0%be-%d0%bd%d0%b0%d1%81>. – Назва з екрана.



2. Франко Л. С. Вплив пандемії коронавірусу на малий та середній бізнес в Україні / Л. С. Франко, Д. М. Кожевников // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті» (за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік) : матеріали XLIII Міжнар. наук. студентськ. конф. (Полтава, 7–8 квітня 2020 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 227–229.
3. International tourist arrivals could fall by 20–30 % in 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020> (дата звернення: 28.11.2020). – Назва з екрана.
4. Impact from COVID-19 interrupts positive start of the year [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://corporate.amadeus.com/en/newsroom/covid-19-interrupts-positive-financial-performance-in-the-beginning-of-the-year> (дата звернення: 28.11.2020). – Назва з екрана.
5. A framework to support airlines through COVID-19 recovery [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://amadeus.com/en/insights/blog/six-areas-framework-airlines-recovery> (дата звернення: 28.11.2020). – Назва з екрана.
6. Supporting airlines in a COVID-19 world [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://event.on24.com/eventRegistration/EventLobbyServlet?target=reg20.jsp&referrer=&eventid=2350233&sessionId=1&key=33FA35FE35FE4921359771B160CF4263&regTag=&sourcepage=register> (дата звернення: 28.11.2020). – Назва з екрана.

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

*О. В. Радченко, студентка 4 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародний бізнес» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти*

*Л. С. Франко, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

**Анотація.** Дослідження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах сьогодення стає все більш актуальним. Сучасні економічні процеси вимагають від підприємств швидких і найголовніше адаптивних дій для підтримки та підвищення конкурентоспроможності. Глобалізація має вагомий вплив у розвиток діяльності підприємств, тому ця проблема потребує детального дослідження, для врахування всіх можливих механізмів досягнення високого рівня діяльності та конкурентоспроможності підприємств. Особливу увагу слід приділити методам запровадження розглянутих механізмів для органічного функціонування підприємства.

**Ключові слова:** конкуренція, підприємство, ринок мінеральних вод, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, бренд.

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.