

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ» (ПУЕТ)

Кафедра міжнародної економіки

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

наукової конференції студентів та молодих учених
спеціальності «Міжнародні економічні відносини» ПУЕТ

(м. Полтава, 10 жовтня 2017 року)

За загальною редакцією доц. Базавлук Н. Г.



Полтава
ПУЕТ
2018

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

Кафедра міжнародної економіки

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ
ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНОЇ
ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ
ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ**

МАТЕРІАЛИ

**наукової конференції студентів та молодих учених
спеціальності «Міжнародні економічні відносини» ПУЕТ**

(м. Полтава, 10 жовтня 2017 року)

За загальною редакцією доц. Базавлук Н. Г.

**Полтава
ПУЕТ
2018**

УДК 339.9
А43

Редакційна колегія:

Н. Г. Базавлук, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Т. О. Білоброва, к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Актуальні проблеми теорії та практики міжнародної економіки в умовах глобальної трансформації : матеріали наук. конф. студ. та молодих учених спеціальності «Міжнародні економічні відносини» (м. Полтава, 10 жовтня 2017 року) ПУЕТ / за заг. ред. Н. Г. Базавлук. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 133 с.

ISBN 978-966-184-300-3

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

Для студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, викладачів.

УДК 339.9

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

ISBN 978-966-184-300-3

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і
торгівлі», 2018

ЗМІСТ

<i>Бойко І. Ю.</i> Особливості маркетингової діяльності «PepsiCo Inc.» на світовому ринку	5
<i>Воронкіна Н. О.</i> Особливості сучасних корпоративних стратегій ТНК	7
<i>Галатов П. Г.</i> Транснаціональні корпорації у системі сучасного міжнародного бізнесу (на матеріалах компанії «HP Inc.»).....	12
<i>Галстян Р. Г.</i> ТНК як рушійні сили процесу економічної глобалізації	15
<i>Глуценко М. С.</i> Вплив інвестиційного потенціалу Німеччини на інвестиційну діяльність «Bayer Group»	20
<i>Гороховатський П. В.</i> Інноваційна діяльність корпорації Toyota Motor Co. як чинник економічного розвитку	26
<i>Дубовик О. І.</i> Вдосконалення маркетингової стратегії компанії Unilever Group	28
<i>Єгізарян А. С.</i> Особливості інноваційної діяльності компанії «Apple Inc.»	33
<i>Косиця А. Ю.</i> Місце компанії «Volkswagen AG» на світовому автомобільному ринку	37
<i>Литвиненко Д. В.</i> Діяльність автомобілебудівних ТНК в умовах глобалізації	41
<i>Марченко М. А.</i> Аналіз сучасних тенденцій світового ринку нафти (на матеріалах «Exxon Mobil Corporation»)	45
<i>Матвеева Н. С.</i> Мотивація персоналу в стилі Google.....	50
<i>Мороз А. М.</i> Напрями подальшого розвитку комунікаційної політики компанії PepsiCo, Inc.....	53
<i>Ненич В. Б.</i> Маркетингові стратегії як інструмент конкурентного протистояння Apple і Samsung	55
<i>Нетеса А. В.</i> Діяльність ТНК та їх вплив на економічний розвиток України.....	58
<i>Ноздрачова К. Р.</i> Використання конкурентних стратегій у практичній діяльності The Procter&Gamble Company.....	65
<i>Нуріахметов Є. І.</i> Інноваційна діяльність «Nestle» як визначальний чинник її успіху	69

комплексний системний підхід до здійснення маркетингової діяльності на основі сучасних інформаційних технологій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Артеменко І. А. Особливості стратегічного маркетингу на підприємствах харчової галузі України / І. А. Артеменко, Н. М. Книш // Науковий вісник ПУЕТ. – 2012. – № 4 (55). – С. 105–108.
2. Бутенко Р. Г. Сутність та послідовність здійснення стратегічного маркетингового планування [Електронний ресурс] / Р. Г. Бутенко. – Режим доступу: <http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/t9/1.htm>. – Назва з екрана.
3. Гросул В. А. Маркетингове стратегічне планування на підприємстві / В. А. Гросул, Г. С. Мамаєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 1 (1). – С. 201–205.
4. Колесніков В. П. Маркетингові дослідження як інструментарій прийняття ефективних управлінських рішень при виході на українські та міжнародні ринки / В. П. Колесніков, О. В. Харкута // Прометей. – 2013. – № 1 (40). – С. 168–171.
5. Офіційний сайт компанії «UnileverGroup» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unilever.com>. – Назва з екрана.

УДК 330.341.1:339.92

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «APPLE INC.»

А. С. Єгіазарян, студент 6 курсу спеціальності
«Міжнародні економічні відносини» ступеня магістра
І. А. Артеменко, к. е. н., доцент – науковий керівник

Ключові слова: інновація, новітній продукт, транснаціональна корпорація, технології, інтернаціоналізація, світове господарство.

Постановка проблеми. Інтернаціоналізація світового господарства є невід'ємною частиною процесу перетворень економік будь-яких країн, які, в свою чергу, є основою для її змін і вдос-

коналень, що можливо лише при умові наявності постійної інноваційної складової функціонування. В останніх публікаціях, де аналізується роль інноваційних розробок в економічному та соціальному прогресі людства, говориться, що інновації сприяють науково-технічному прогресу, який, своєю чергою, завдяки активному впровадженню інноваційних результатів, приводить до значного економічного зростання [1]. Такі інноваційні продукти, як комп'ютери, інформаційно-стільникові телефони, локальні та глобальні інформаційні системи та мережі, Інтернет, супутники зв'язку, зробили інтернаціоналізацію світового господарства незворотною.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем створення та розвитку інновацій присвячені праці Г. Г. Азгальдова, П. Ф. Друкера, В. А. Лукова, А. Г. Кірякова, А. І. Орлова та ін. Проте питання впровадження продуктів інноваційної діяльності на світовому ринку, як складової його інтернаціоналізації, є досить актуальним і потребує подальшого вивчення.

Метою статті є аналіз інноваційної діяльності компанії *AppleInc.* на світовому ринку ІТ технологій та дослідження її основних тенденцій.

Виклад основного матеріалу. Однією з найважливіших рис сучасного економічного розвитку є інтернаціоналізація господарського життя, яка полягає у формуванні стійких всебічних взаємовідносин у міжнародній сфері на ґрунті міжнародного поділу праці. Протягом останніх десятиліть і в житті звичайних людей, і в сфері спеціальної професійної діяльності відбувалися значні зміни, які, з одного боку, є наслідком науково-технічного прогресу, а з іншого – стали результатом значного загострення конкурентної боротьби. Якщо до середини 1950-х рр. набуття конкурентних переваг підприємствами відбувалося в результаті концентрації капіталу, розвитку інтеграційних процесів, посилення домінування на ринках за рахунок злиття і поглинань, то останнім часом все більш істотне значення набувають нові технологічні можливості.

Розширення функціонування ТНК в сфері інновацій має неабияке значення для розвитку та зростання світової еконо-

міки, що перетворює інноваційну діяльність компаній з методів нарощення конкурентоспроможності в дещо більше – спосіб забезпечення довгострокового та стійкого розвитку світової економіки. Швидкі темпи зростання науково-технічного прогресу, а також виникнення нових технологічних рішень і підходів до управління інноваційною діяльністю, змушують великі підприємства шукати все нові і нові способи виживання на ринку. Особливо коли мова йде про один з найбільш інноваційномістких ринків – ринок високотехнологічної продукції. Слово «інновація» вже давно асоціюється з назвою компанії *AppleInc.* Вона є одним із лідерів світової ІТ індустрії – виробником комп'ютерів, ноутбуків, медіа-плеєрів і різного програмного забезпечення. *AppleInc.* займає перше місце у списку найбільш інноваційних компаній світу [6]. Це унікальна організація, яка переросла рамки простого бренду, що стала символом епохи технологічного прогресу і епохи споживання.

Продукти *Apple* відомі у всьому світі. Фінансовий оборот компанії в минулому році склав близько 240 млрд доларів, а чистий прибуток – майже 60 млрд доларів [4]. На кінець 2016-го року в *Apple* працювали приблизно 110 000 співробітників. Компанії належать понад 8 000 патентів, куди входять винаходи та дизайнерські проекти. З моменту старту продажів першого *iPhone* в 2007 році і до нині реалізовано вже 1 млрд девайсів. Компанія з кожним роком збільшує розмір витрат на розробку інновацій і в 2016-му році досягла рекордної суми в 10 млрд доларів США [5].

Також новим напрямом у інноваційній діяльності *Apple* є розробка чипів. Нещодавно відкрився новий центр досліджень та розробок в Ізраїлі, орієнтований на створення цієї продукції, тому компанія часто патентує нові технології виробництва чипів. Також компанія оголосила про відкриття науково-дослідних центрів в Японії, Китаї, Індонезії, Франції, Швеції та Великобританії.

Важливо не тільки те скільки компанія витрачає на розробки та дослідження, але має значення і окупність досліджень, а також їх подальше використання в пристроях. У 2016 році *AppleInc.* отримала 46 доларів доходу на кожен долар, витрачений два

роки тому на інновації. Згідно з експоненціальним законом, чим більше грошей вкласти в інновації, тим швидше зростає дохід. У 2016 році компанія інвестувала в розробки майже на 20 % більше, ніж у 2015 році. Тому можна зробити висновок, то в найближчі роки *AppleInc.* чекає неабияка прибутковість.

Висновки. Транснаціональні корпорації діють далеко за межами своєї «рідної» країни і, формуючи міжнаціональні комплекси, роблять значний вплив не тільки на економіку окремих країн, а й на стан світової економіки в цілому, визначаючи її динаміку і структуру, рівень конкурентоспроможності на світовому ринку товарів і послуг, а також міжнародний рух капіталу і передачі технологій. *AppleInc.* своєю інноваційною діяльністю, щорічно розробляючи та впроваджуючи нові інформаційні технології, суттєво впливає на процеси інтернаціоналізації світового виробництва та обумовлює нові параметри його функціонування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Рибчук А. В. Інноваційний характер посткризового оздоровлення об'єктів виробничої інфраструктури [Електронний ресурс] / А. В. Рибчук. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Транснаціональні корпорації : навч. посіб. / за ред. О. В. Шкурупій [О. В. Шкурупій, В. В. Гончаренко, Т. А. Дейнека та ін.]. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 240 с.
3. Шкурупій О. В. Варіативні можливості розвитку економіки України на основі використання інноваційно-інвестиційного потенціалу / О. В. Шкурупій, А. Л. Флегантова // Економічна теорія і право. – 2017. – № 2 (29). – С. 25–35.
4. Apple Financial Statements [Електронний ресурс] : офіційний сайт *AppleInc.* – Режим доступу: <http://investor.apple.com/financials.cfm>. – Назва з екрана.
5. Apple Calendar Year R&D Expenses [Електронний ресурс] / *BusinessInsider*. – Режим доступу: <http://www.businessinsider.com/apple-rd-spend-charts-2017-2>. – Назва з екрана.
6. Best Global Brands 2016 Rankings [Електронний ресурс] // *InterBrand*. – Режим доступу: <http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2016/ranking/>. – Назва з екрана.

7. Levitt T. The Globalization of Markets [Електронний ресурс] / T. Levitt // Harvard Business Review. – Enterprise: Boston Harvard. – Режим доступу: <https://hbr.org/1983/05/the globalization-of-markets>. – Назва з екрана.
8. Most Valuable Global Brands 2016 [Електронний ресурс] / Global Brands. – Режим доступу: http://wppbaz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2016_Report.pdf. – Назва з екрана.

УДК 629.33:339.92

МІСЦЕ КОМПАНІЇ «VOLKSWAGEN AG» НА СВІТОВОМУ АВТОМОБІЛЬНОМУ РИНКУ

А. Ю. Косиця, студентка 6 курсу спеціальності
«Міжнародні економічні відносини» ступеня магістра
Н. Г. Базавлук, к. е. н., доцент – науковий керівник

Ключові слова: світовий автомобільний ринок, автоконцерни, світове автомобілебудування, конкуренція.

Постановка проблеми. Сучасний світовий автомобільний ринок зростає швидкими темпами. Світовий автомобільний ринок – один з найрозвиненіших товарних ринків світу, на якому сконцентрована значна кількість виробників та продавців автотранспортних засобів. Основна його особливість – це постійна й жорстока конкуренція між виробниками, а особливо в сегменті легкових автомобілів. Регіональні автомобільні ринки та ринки окремих країн формують світовий автомобільний ринок, на якому діють транснаціональні корпорації-автовиробники.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідження стану світового автомобільного ринку та конкуренції між автовиробниками здійснили такі науковці: Ковалевський Л. Г., Проноза П. В., Скидан О. А., Коровайченко Н. Ю. та ін.

Формулювання мети. Метою статті є дослідити сучасний стан та особливості конкуренції на світовому автомобільному ринку, а також визначити місце «Volkswagen AG» на світовому автомобільному ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. ХХ століття характеризувалося стрімким розвитком автомобільного ринку, про

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

**наукової конференції студентів та молодих учених
спеціальності «Міжнародні економічні відносини»**

Головний редактор *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *Г. А. Бжікян*

*Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 7,7.
Тираж 10 пр. Зам. № 008/1127.*

*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.*