

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».

А43 **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

Омелюх Н. В. Особливості маркетингової діяльності «Apple, Inc.» на світовому ринку	72
Павлюк Т. В. Особливості поширення та впливу ТНК на економіку України (на матеріалах компанії «McDonalds»)	76
Семіошина Т. А. Сучасний стан світового ринку нафти та його основні гравці	80
Соловійов Б. В. Соціально-економічний вплив «The Coca-Cola Company» на економіку України	85
Стерлядєва Н. В. Конкурентні переваги ПРАТ «Миргородський завод мінеральних вод»	87
Філічкіна К. К. Особливості конкурентної боротьби в сучасному міжнародному бізнесі (на матеріалах компанії Microsoft)	90
Христенко В. А. Французька модель менеджменту як основа ефективності та результативності фінансово-господарської діяльності «Sanofi S.A.»	93
Чайка К. В. Особливості управління міжнародною конкурентоспроможністю автомобілебудівних корпорацій	99
Яківець Ю. А. Сучасні стратегії та способи виходу фірми на зовнішній ринок (на матеріалах компанії «Samsung Electronics Co., Ltd.»)	101
Акбаш М. Э. Особенности конкурентных преимуществ корпорации Samsung Group	106
Сейфуллаев Ф. В. Формирование конкурентоспособности компании в условиях глобализации (на материалах компании «Unilever»)	109
Шамизада Н. М. Реализация корпоративных стратегий в деятельности транснациональных корпораций	113
Asilenu J. Evaluation of international company competitiveness of Toyota Motor Corporation.....	119
Mensah T. E. The ways of Apple Inc. competitive strategies optimization	125
Філічкіна К. К., Довбня Н. В. Європейське співтовариство споживчих кооперативів: перспективи для України.....	129

3. Сабитова Р. Р. Особенности управления персоналом во Франции [Електронний ресурс] / Р. Р. Сабитова // Матеріали V Міжнародної студентської електронної наукової конференції «Студентський науковий форум». – Режим доступу: <https://www.scienceforum.ru/2013/209/2971>. – Назва з екрана.
4. Школа класичного або адміністративно-функціонального управління [Електронний ресурс] / А. Файоль, М. Вебер. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1594102437380/meditsina/shkola_klasichnogo_abo_administrativno-funktionalnogo_upravlinnya_fayol_veber. – Назва з екрана.
5. Шкурупій О. В. Актуальні аспекти виробничої та інвестиційної діяльності ТНК / О. В. Шкурупій, Т. О. Білоброва, Т. А. Дейнека // Економічний аналіз : Збірник наукових праць / Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2012. – Вип. 11. – Ч. 3. – С. 140–146.
6. Sanofi [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Sanofi>. – Назва з екрана.
7. Sanofi Annual report 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.sanofi.com/Images/49288_20-F_2016.pdf. – Назва з екрана.

УДК 339.13:629.33

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ КОРПОРАЦІЙ

К. В. Чайка, студент 6 курсу спеціальності

«Міжнародні економічні відносини» ступеня магістра

А. В. Артеменко, к. е. н., доцент – науковий керівник

Ключові слова: конкурентоспроможність, управління міжнародною конкурентоспроможністю, внутрішньофірмова стратегія.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку світового автомобілебудівного ринку посилюють конкуренцію на ньому, змінюючи характер і методи конкуренції, а також способи спів-

робітництва. У зв'язку з цим набуває актуальності аналіз проблем, які пов'язані із забезпеченням високої міжнародної конкурентоспроможності автомобілебудівних корпорацій.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти конкурентоспроможності були досліджені М. Портером, Д. Мітчеллом та іншими провідними вченими, а також у виданнях провідних міжнародних організацій: World Competitiveness Yearbook, OECD Road Transport Research, Global Road Safety Partnership.

Мета статті: Дослідити та проаналізувати особливості управління конкурентоспроможністю автомобілебудівних корпорацій на світовому ринку.

Викладення основного матеріалу статті: Конкурентоспроможність автомобілебудівних корпорацій є основою ефективності їх діяльності та охоплює ряд показників: пропозиція, ресурси (матеріальні та інтелектуальні) і управління, необхідних для реалізації обраної стратегії та досягнення бажаних результатів.

Результат функціонування автомобілебудівних корпорацій перш за все залежить від рівня конкурентоспроможності машинотехнічної продукції, основною складовою якої є її якість. Споживачі такої продукції звертають увагу на її техніко-економічні показники, а також технології виготовлення і експлуатаційні характеристики; надійність; довговічність; науко-, трудо- та матеріаломісткість; екологічні, ергономічні та естетичні показники. Окрім якості, конкурентоспроможність автомобілебудівних корпорацій включає наступні складові: управлінську, маркетингову, економічну, рівень сервісу, імідж та престиж корпорації, а також стратегію і позицію конкурента. Елементи, перераховані вище, мають прямий вплив на рівень продажів підприємства, а отже, і його конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність продукції машинобудування доцільно визначати шляхом об'єктивного порівняння її ключових складових з аналогічними характеристиками кращого еталону, в основі якого потреби споживача, для якого розробляється та виготовляється продукція.

Таким чином, конкурентоспроможність автомобілебудівних корпорацій та їх товарів доповнюють одна одну. При цьому найбільш конкурентоспроможними компаніями є ті, які активно адаптують свою продукцію до вимог кінцевого споживача та здатні запропонувати продукцію, що відповідає сучасним вимогам автомобільного ринку.

З метою забезпечення високих показників економічної діяльності та підвищення рівня конкурентоспроможності автомобілебудівних корпорацій удосконалюється їх внутрішньофірмове управління. Це відбувається шляхом мінімізації конфліктів між акціонерами та стейкхолдерами включаючи, споживачів, кредиторів, постачальників. У наш час, існує дві стратегії вдосконалення: 1) відхід від концепції управління із єдиного центру і створення декількох центрів у різних країнах світу; 2) відмова від управління за географічним принципом і управління виробництвом та збутом в межах окремих товарних груп на світовому автомобілебудівному ринку.

Висновки. Особливості підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності автомобілебудівних компаній полягають в підтриманні максимально високого рівня якості їх продукції, виготовленні та продажі інноваційних технологій та вдосконалення внутрішньофірмової стратегії їх управління. Окрім цього, велику роль на формування конкурентоспроможності компанії справляє глобалізація автомобілебудівного ринку.

УДК 005.21:339.92

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ТА СПОСОБИ ВИХОДУ ФІРМИ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК (НА МАТЕРІАЛАХ КОМПАНІЇ «SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.»)

*Ю. А. Яківець, студентка 6 курсу спеціальності
«Міжнародні економічні відносини» ступеня магістра
О. В. Горячов, к. е. н, доцент – науковий керівник*

Ключові слова: світовий ринок, стратегії виходу фірми на зовнішні ринки, транснаціональні корпорації.

Постановка проблеми. В умовах посилення глобалізаційних процесів світовий ринок товарів та послуг є надзвичайно міст-

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.*