



# 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».

**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

## Список використаних джерел

1. Кадеєва І. В. Прямі іноземні інвестиції як фактор становлення інноваційної економіки в Україні / І. В. Кадеєва // Зб. наук. пр. Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Економіка. – 2014. – № 14. – С. 193–199.
2. Коваленко О. В., Тимофєєва К. Пріоритетні напрямки іноземного інвестування в Україні [Електронний ресурс] // Запорізька державна інженерна академія. – Режим доступу: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_1\\_078.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_1_078.pdf). – Назва з екрана.
3. Кудрик Г. П. Роль іноземних інвестицій у фінансуванні інноваційного процесу в Україні [Електронний ресурс] // Інтелект–портал. – Режим доступу: <http://nauka.zinet.info/1/kudrik.php>. – Назва з екрана.
4. Леус М. М. Суть та класифікація іноземних інвестицій [Електронний ресурс] // Видавництво Львівської Політехніки. – Режим доступу: [http://vlp.com.ua/files/27\\_17.pdf](http://vlp.com.ua/files/27_17.pdf). – Назва з екрана.
5. Реверчук С. К. Інвестологія: наука про інвестування : [навч. посіб.] / С. К. Реверчук, Н. Й. Реверчук, І. Г. Скоморович [та ін.]. – Атіка, 2001. – 264 с.
6. Рогач О. І. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій : [підручник] / О. І. Рогач. – Київ : Либідь, 2005. – 720 с.
7. Петренко І. С. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України : [стат. зб.] / І. С. Петренко. – Державна служба статистики України, 2015 р.
8. Тесля С. М. Прямі іноземні інвестиції як економічна категорія, їх суть та класифікація / С. М. Тесля // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – № 19.3. – С. 131–139.

## ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ ЯК РУШІЙНІ СИЛИ ПРОЦЕСУ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

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

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

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню ролі і аналізу впливу транснаціональних корпорацій на процес економічної глобалізації.

**Ключові слова:** транснаціональні корпорації, міжнародний бізнес, економічна глобалізація, міжнародні економічні відносини.

## MULTINATIONAL CORPORATIONS AS THE DRIVING FORCE OF ECONOMIC GLOBALIZATION

**Abstract.** The article is devoted to the study of the role and analysis of the influence of multinational corporations on the process of economic globalization.

**Keywords:** multinational corporations, international business, economic globalization, international economic relations.

**Постановка проблеми.** На розвиток сучасної системи економічних відносин впливає прискорена глобалізація. Основною силою цього процесу є транснаціональні корпорації. Вони є потужною частиною корпоративного бізнесу, що діє в міжнародному масштабі та відіграє провідну роль у світовій економіці.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Дослідженню ролі транснаціональних компаній та їх впливу на процес економічної глобалізації присвячені публікації багатьох вчених. Серед них: В. Щетинін, П. Куцик, Т. Семененко, К. Архіпова, Е. Лимонова та ін.

**Формування мети.** Метою статті є визначення ролі і аналіз впливу транснаціональних корпорацій на процес економічної глобалізації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Глобалізація відноситься до інтеграції ринків у світовій економіці, що, як наслідок, збільшує взаємозв'язок національних економік [2]. Транснаціональні корпорації є рушійною силою цього взаємозв'язку, оскільки вони можуть формувати та використовувати зв'язки між національними економіками для функціонування в багатьох країнах. Функціонування транснаціональної корпорації в цих країнах потребуватиме значних інвестицій, які впливатимуть на сукупний попит нації. Ці глобальні фінансові потоки між економіками уособлюють глобалізацію світової економіки. Виробництво товарів в одній країні та продаж цих товарів іншій країні також відображає зростаючий взаємозв'язок економік, що може бути досягнутий завдяки діяльності транснаціональних корпорацій [1].

Крім того, транснаціональні корпорації можуть також передавати свої виробничі процеси в аутсорсинг, у більшості випадків менш розвиненим країнам для зменшення витрат. Це означає, що економіки повинні залишатись взаємопов'язаними, щоб безперешкодно імпортувати та експортувати товари на будь-яких стадіях виробництва, які часто відбуваються в різних країнах. Потоки інформації також мають важливе значення для підключення економік, оскільки ефективне спілкування між діючими центрами різних країн є необхідною умовою успішної транснаціональної корпорації. Такі потоки поєднуються, утворюючи глобальну економічну мережу, яка складається з багатьох національних економік [3].

**Висновки.** Немає сумнівів, що взаємозв'язок між економічною глобалізацією та транснаціональними компаніями зростає кожного дня. Економічна глобалізація має багато спільного із зростаючою інтеграцією ринків збуту, факторів виробництва та кінцевих продуктів. Таким чином, транснаціональні компанії розміщені в самому

центрі процесу економічної глобалізації та у прямому причинно-наслідковому зв'язку з ним. Отже, вони є однією з рушійних сил корпоративного бізнесу, що діє в міжнародному масштабі та відіграє провідну роль у світовій економіці.

### Список використаних джерел

1. Щетинін В. Д. Досвід транснаціональних корпорацій і шляхи до світового ринку. *Фінансовий простір*. 2016. № 4 (14). С. 61–67.
2. Куцик П. О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку : монографія / П. О. Куцик, О. І. Ковтун, Г. І. Башнянин. – Львів : ЛКА, 2015. – 566 с.
3. Лимонова Е. М., Архіпова К. С. Транснаціональні корпорації: основні етапи розвитку та регулювання їхньої діяльності в умовах глобалізації. *Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки*. 2014. № 1. С. 93–101.

### РОЛЬ БРЕНДУ У ФОРМУВАННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «APPLE, INC.»

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

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

**Анотація.** В статті розглядається роль бренду у формуванні та реалізації маркетингової діяльності компанії «Apple, Inc.». Досліджено основну діяльність компанії «Apple, Inc.» та створення успішного бренду даної компанії. Закцентовано увагу на факті, що позиціонування сильного бренду компанії та ефективного управління ним потребує формування відповідної маркетингової діяльності

**Ключові слова:** бренд, маркетингова діяльність, транснаціональна корпорація.

### THE ROLE OF THE BRAND IN THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF MARKETING ACTIVITIES OF APPLE, INC.

**Abstract.** The article considers the role of the brand in the formation and implementation of marketing activities of the company “Apple, Inc.”. The main activity of the company “Apple, Inc.” is investigated, and creating a successful brand for the company. Emphasis is placed on the fact that the positioning of a strong brand of the company and its effective management requires the formation of appropriate marketing activities.

**Keywords:** brand, marketing activities, multinational corporation.

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.