

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIII Міжнародної наукової студентської конференції
за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік
(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1



Полтава
2020

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за
підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2019 рік**

(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1

**Полтава
ПУЕТ
2020**

УДК 001:378.014.61"21"(477.53)(082) *Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено*
А43

Редакційна колегія:

О. В. Манжура, д. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ);

К. Ю. Вергал, к. е. н., доцент, директор Інституту економіки, управління та інформаційних технологій ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент, декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу ПУЕТ;

В. О. Скрипник, д. т. н., професор, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ;

В. В. Саранин, к. філол. н., доцент, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у
А43 XXI столітті : тези доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07–08 квітня 2020 р.) : у 2 ч., ч. 1. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 255 с. – Текст укр., рос., англ., нім. мовами.

Ч. 1. – 255 с.

Ч. 2. – 343 с.

ISBN 978-966-184-378-2

Збірник містить тези найкращих доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Увагу зосереджено на висвітленні результатів наукових досліджень у різних галузях науки та якості вищої освіти.

УДК 001:378.014.61"21"(477.53)(082)

*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 978-966-184-378-2

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

Д. М. Кожевніков, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕН МБ 6-11

Л. С. Франко, науковий керівник, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Пандемія в перекладі з грецької означає «весь народ». Це сильна епідемія, у результаті якої інфекційне захворювання поширюється на всій території країни, переходить на територію сусідніх держав. Що, у принципі, і відбувається з коронавірусом. Коронавірус (COVID-19) – це гостре вірусне захворювання, що характеризується переважним ураженням дихальної системи і шлунково-кишкового тракту [3].

Жодна з країн не є цілком готовою до епідемій чи пандемій. Згідно з рейтингом Global Health Security Україна перебуває на 94 позиції із 195 країн світу [5]. Це стосується загалом економіки країн, як розвинених, так і тих, що розвиваються. Пандемія коронавірусу COVID-19 спричинила виникнення економічної кризи світової економіки, яка, за даними МВФ, може стати найбільшою за часів Великої депресії 1929-1930-х років. У даний час МВФ прогнозує падіння показника ВВП на душу населення для 170 країн світу. Найбільш уразливими в цій ситуації є країни, що розвиваються, у тому числі й Україна.

Пандемія коронавірусу негативно вплине на економіку України, зокрема, очікується зростання безробіття й обмеження діяльності будь-якого бізнесу. Можна констатувати, що найбільше від пандемії постраждають сфери туризму, авіаперевезень, індивідуальних послуг, бізнес готельно-ресторанної сфери, кіно та окремі освітні організації. У зоні ризику від нинішньої ситуації опинилися 18 тисяч юридичних осіб і 353 тисячі фізичних осіб-підприємців, що разом відповідають за 2,5 % українського ВВП (за статистикою 2018 року) [4].

По-перше, це пов'язано із масовим звільненням найманих працівників, яке може відбутися в результаті припинення діяльності суб'єкта господарювання на час карантину. Станом на 08.04.2020 р. кількість офіційно зареєстрованих в Україні безробітних становила 364 тис. осіб, з яких 300 тис. осіб – це ті люди,

які звернулись до центрів зайнятості із заявою щодо внесення до державного реєстру безробітних [1].

По-друге, тимчасове припинення діяльності суб'єкта бізнесу на час карантину може бути приводом для втрати споживачів та постачальників, що призведе до зменшення прибутків і неспроможністю виплачувати заробітну плату тощо. Адже проблеми із постачанням товарів пов'язане із порушенням логістичних схем доставки товару між країнами, що може вплинути на скорочення асортименту споживчих товарів на прилавках магазинів.

Нині державна влада має підтримати український бізнес. Для цього вжито ряд заходів: з 1 року березня 2020 року до 30 квітня 2020 року ФОП звільняються від сплати ЄСВ; скасовано штрафи та пеню за несвоєчасну та неповну сплату ЄСВ та подання звітності з ЄСВ; тимчасово скасовано земельний податок та орендну плату за земельні ділянки державної та комунальної власності, що перебувають у власності або користуванні (включно на умовах оренди); уведено тимчасовий мораторій на проведення податкових перевірок, а також проведення інших планових заходів зі здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, за певними винятками; громадяни звільнені від штрафів і пені через несвоєчасні виплати за споживчими кредитами тощо [2].

Очевидно, що пандемія COVID-19 уже негативно вплинула на економічну діяльність країни, та першочерговим завданням як державної влади, так і представників бізнесу є пошук нових можливостей для успішного розвитку в умовах сьогодення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кількість офіційно зареєстрованих безробітних зросла на 13 % – Мінекономіки [Електронний ресурс] // Економічна правда. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/04/8/659124/> – Назва з екрана.
2. Коронавірус та економіка: три принципи державної економічної політики під час кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zik.ua/blogs/koronavirus_ta_ekonomika_try_pryntsypy_derzhavn_oi_ekonomichnoi_polityky_pid_chas_krvzy_962488. – Назва з екрана.
3. Коронавірусна інфекція (COVID-19) [Електронний ресурс] // Центр громадського здоров'я МОЗ України. – Режим доступу: <https://phc.org.ua/kontrol-zakhvoryuvan/inshi-infekciyni-zakhvoryuvannya/koronavirusna-infekciya-covid-19>. – Назва з екрана.

4. Як коронавірус вплине на економіку? Основні тези експертів Центру економічної стратегії [Електронний ресурс] // Хмарочос. – Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/03/22/yak-koronavirus-vplyne-na-ekonomiku-osnovni-tezy-ekspertiv-tsentru-ekonomichnoyi-strategiyi/> – Назва з екрана.
5. Global-Health-Security-Index-2020 [Електронний ресурс]: ghsindex. – Режим доступу: <https://www.ghsindex.org/wp-content/uploads/2020/04/2019-Global-Health-Security-Index.pdf>. – Назва з екрана.

ЗАГАЛЬНА КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ «SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.» ТА СТРАТЕГІЇ ІНТЕНСИВНОГО ЗРОСТАННЯ

***Е. С. Коршун**, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ м-51*

***А. Л. Флегантова**, науковий керівник, к. е. н., доцент Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Ключові слова: стратегія інтенсивного зростання, конкурентна стратегія Майкла Е. Портера, диверсифікація, світовий ринок, товарний ринок, матриця Ансоффа.

Постановка проблеми. Загальна стратегія «Samsung Electronics Co., Ltd.» (далі Samsung) та стратегії інтенсивного зростання продовжують використовувати технологічні інновації як критичний фактор конкурентної переваги. Щоб ефективно конкурувати, загальна стратегія та стратегії росту Samsung повинні включати інвестиції в технологічні інновації. Отримані в результаті конкурентні переваги дозволяють компанії зберегти свою конкурентну позицію як одного з найкращих виконавців у галузі напівпровідників, побутової електроніки та побутової техніки.

Метою статті є оцінка міжнародного конкурентного середовища компанії Samsung на товарному ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальна стратегія Samsung та стратегії інтенсивного зростання схожі на стратегію материнської компанії Samsung Group. Така схожість ґрунтується на унітарному керівництві, яке впливає на стратегічне керівництво корпорацією та конкурентні переваги діяльності конгломерата та його дочірніх підприємств.

Samsung застосовує загальну конкурентну стратегію диференціації, спираючись на модель конкурентної стратегії Майкла

СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

<i>Атоако С., Пожар А. А.</i> Social and economic reasons of cooperatives' origin.....	213
<i>Goretti M., Пожар А. А.</i> Investment climate of Switzerland	215
<i>Кроку О., Пожар А. А.</i> Influence of globalization on the world food market	217
<i>Kwao S. T., Bazavluk N. G.</i> International marketing in sports industry	218
<i>Nyamekye R., Tul S. I.</i> The positive and negative influence of globalization on the activities of international business (based on Apple Inc.).....	222
<i>Князькін В. А., Туль С. І.</i> Ринковий сегмент транснаціональної корпорації «NIKE, INC.»: оцінка сучасного стану та змін у динаміці.....	224
<i>Кожевніков Д. М., Франко Л. С.</i> Вплив пандемії коронавірусу на малий та середній бізнес в Україні	227
<i>Коршун Е. С., Флегантова А. Л.</i> Загальна конкурентна стратегія «SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.» та стратегії інтенсивного зростання	229
<i>Матюшко Я. Б., Франко Л. С.</i> Ефективна реклама як запорука успішного розвитку підприємства	232
<i>Семенова К., Франко Л. С.</i> Економічний клімат Німеччини як середовище створення ефективних глобальних брендів	234

Частина 2

СЕКЦІЯ 8. МЕНЕДЖМЕНТ І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Попова Є. І., Гусаковська Т. О.</i> Корпоративна культура компанії та її креативна складова (на прикладі TOYOTA MOTOR CORPORATION)	3
---	---

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за
підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2019 рік

(м. Полтава, 07–08 квітня 2020 року)

Частина 1

Головна редакторка *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 14,8.
Тираж 100 пр. Зам. № 127/1672.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Ковалю, 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.