

2. Какие органические продукты покупают украинцы – исследование: веб-сайт. URL: <https://biz.liga.net/all/prodovolstvie/novosti/kakie-organicheskie-produkty-pokupayut-ukrainsy---issledovanie> (дата звернення: 30.10.2020).

3. Крупнейшие производители органической продукции в Украине: веб-сайт. URL: <https://delo.ua/business/krupnejshie-proizvoditeli-organicheskoy-produkcii-v-ukraine-327300/> (дата звернення: 30.10.2020).

4. Украина — в ТОП-20 производителей органики: веб-сайт. URL: <http://agroportal.ua/news/ukraina/ukraina-v-top20-proizvoditelei-organiki/> (дата звернення: 30.10.2020).

5. Федерация Органического Руху України: веб-сайт. URL: <http://organic.com.ua/ru/glavnaya/> (дата звернення: 30.10.2020).

Superviseure scientifique: *Vynogradova M.S., maître-assistant du département des langues étrangères, Université d'État agrotechnologique de Tavria de Dmytro Motornyi*

IMPACT SOCIO-ÉCONOMIQUE DE LA PANDÉMIE COVID-19

Naumenko T.V., *tatyana-naumenko177@gmail.com*

Université d'État Agrotechnologique de Tavria de Dmytro Motornyi

La pandémie d'infection à coronavirus COVID-19 a des conséquences de grande portée, en plus de la propagation de la maladie elle-même et des tentatives de différents pays d'organiser la quarantaine. La pandémie a conduit à la fermeture d'entreprises, à une forte augmentation de la demande des produits du quotidien, à des spéculations sur le marché de certains biens: médicaments antiviraux, masques sanitaires, désinfectants. En raison de la fermeture d'entreprises dans tous les pays du monde, le taux de chômage a augmenté. Au 20 août 2020, 488000 personnes avaient obtenu le statut de chômeur en Ukraine. Ce chiffre est 77% plus élevé que l'année dernière. Au total, selon les calculs de la Chambre de commerce et d'industrie, le nombre de chômeurs pendant la quarantaine a fait de 2,5 à 2,8 millions. C'est le taux le plus élevé au cours des 15 dernières années.

À cause de la fermeture d'entreprises en Chine, puis dans le monde entier, la demande de pétrole et de produits pétroliers a considérablement baissé. De nombreux événements promotionnels ont été annulés.

La mise en quarantaine prolongée a changé les priorités de consommation: la demande pour un certain nombre de biens, tels que les voitures et les vêtements, a chuté, mais la demande d'articles ménagers a augmenté, par exemple, les machines à pain et les bidets, et pour les sports à domicile (vélos d'appartement) et divertissement à domicile (jeux en ligne, jeux de société). Les ventes de produits de soins personnels, en particulier de papier de toilette, ont considérablement augmenté. La demande de produits de bureau à domicile a également augmenté, car de nombreux types de travail sont devenus distants. L'utilisation de vidéoconférences telles que Zoom, Microsoft Teams et leurs analogues connaissent un pic de popularité.

Depuis la mi-mars 2020, de nombreux pays de l'UE ont limité ou totalement interdit le passage de leurs frontières au niveau national. Les frontières extérieures de l'UE et de l'espace Schengen ont été temporairement fermées aux étrangers à partir du 17 mars. De nombreux autres pays ont pris des mesures similaires.

La pandémie a affecté les systèmes éducatifs du monde entier. Au 20 mars 2020, les gouvernements de 135 pays ont fermé des écoles et des universités avec la transition des établissements vers l'enseignement à distance.

Pendant la pandémie, les économies des États membres de l'Union européenne ont montré un déclin historique. Selon les estimations préliminaires d'Eurostat, le coronavirus a "effacé" de 10 à 20 ans de croissance du marché dans les pays de l'UE. En général, le PIB de la région au deuxième trimestre a baissé de 14,4% sur une base annualisée. La Banque mondiale prévoit que le PIB mondial

diminuera de 5,2% en 2020, soit 3 fois plus que lors de l'année de crise 2009. L'Université des Nations Unies s'attend à ce que 395 millions de personnes se retrouveront dans l'extrême pauvreté et le nombre de personnes vivant avec moins de 2 dollars par jour augmentera à un milliard. C'est la crise la plus forte planétaire depuis la Seconde Guerre mondiale.

En juillet, les chefs des pays de l'UE se sont mis d'accord sur un budget pour 2021-2027 et ont approuvé un plan pour récupérer l'économie des dommages causés par la pandémie de coronavirus. Le budget total s'élèvera à un peu plus de 1 billion d'euros, le coût du plan sera de 750 milliards d'euros. Les fonds inclus dans le plan de relance seront octroyés aux pays européens sous forme de subventions (390 milliards d'euros) et de prêts (360 milliards d'euros). L'UE prévoit d'emprunter des fonds pour la formation du «fonds anti-crise» sur les marchés financiers internationaux et de rembourser ces prêts au plus tôt en 2058.

Ainsi, le monde entier a de graves conséquences et de grandes pertes dans le domaine socio-économique. Selon les estimations, 5,5 billions de dollars de l'économie mondiale et 200 millions d'emplois liés au tourisme sont menacés par les restrictions actuelles. Il faudra plusieurs décennies pour résoudre ces problèmes.

Références

1. Коронавірус в цифрах: як змінилася світова економіка. веб-сайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51994936> (дата звернення: 22.10.2020)

Superviseure scientifique: *Vynogradova M.S., maître-assistant du département de langues étrangères, Université d'état agrotechnologique de Tauria de Dmytro Motornyi*

LA STRATÉGIE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE D'UNE ENTREPRISE SUR L'EXEMPLE DE LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE COSMÉTIQUES “YVES ROCHER”

Pshenychna A.S., annapshenichna03@gmail.com
Université d'État agrotechnologique de Tauria de Dmytro Motornyi

La stratégie du développement durable est un avantage pour les entreprises responsables qui sont conscientes de leur impact sur l'environnement et les populations locales, qui tiennent compte des exigences et des besoins de la société et qui fournissent des informations publiques sur leurs activités. C'est un mécanisme qui lance un processus irréversible de transformation positive de l'entreprise. L'introduction de cette stratégie dans l'approche de l'entreprise exige :

- une vision claire du développement durable : l'entreprise doit fixer des objectifs à long terme dans le contexte des tendances environnementales, sociales et économiques ;
- un plan d'actions: la stratégie de mise en œuvre doit contenir des actions et des programmes concrets pour atteindre ces objectifs dans la pratique ;
- les communications et les rapports sont des messages clairs, substantiels et successifs qui montrent aux stakeholders internes et externes la transparence des actions de l'entreprise.

Yves Rocher dispose d'un grand nombre de programmes de protection de l'environnement et de développement durable qui fonctionnent en parallèle avec la stratégie d'entreprise de base.

L'histoire d'Yves Rocher commence en 1959. Ce fait est associé au marché de la cosmétique fermé de la France, qui a compliqué considérablement l'achat de produits de haute qualité. Les produits cosmétiques de la marque fabriqués exclusivement à partir d'ingrédients naturels, plantes cultivées et cueillies dans des zones respectueuses de l'environnement se distinguaient par la nature de la composition, par la qualité et par des prix moyens. Les formules de leur composition étaient uniques, efficaces, les produits de beauté ne provoquaient aucune réaction allergique après une longue utilisation. L'activité d'Yves Rocher dans les programmes sociaux sur l'amélioration de la situation environnementale est très élevée. En 1991, Jacques Rocher, fils d'Yves Rocher a créé la Fondation Yves Rocher, dont la mission principale est de protéger l'environnement et sa biodiversité. En 1993,