

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання
(повна назва інституту/факультету)

Кафедра економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування
(повна назва кафедри)

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Олександра КАРІНЦЕВА
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр
(бакалавр / магістр)

зі спеціальності 051 Економіка,
(код та назва)

освітньо-професійної програми Економіка і бізнес
(освітньо-професійної / освітньо-наукової) (назва програми)

на тему: Світові тренди розвитку автопромисловості в умовах сучасних індустрій

—

Здобувача(ки) групи ЕН-92/1е Кульомза Євгеній Романович
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ (підпис)

_____ Євгеній КУЛЬОМЗА
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник _____ д.е.н., проф. Леонід МЕЛЬНИК
(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ (підпис)

Суми – 2023

Анотація

Сучасний стан розвитку автомобільних концернів характеризується досить суперечливими тенденціями з його впливом на результати діяльності світового автомобілебудування за рахунок великої кількості негативних чинників як об'єктивних, так і суб'єктивних.

Мета даної кваліфікаційної роботи полягає в дослідженні тенденцій розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій.

Результати дослідження: розглянуто теоретичні аспекти розвитку автомобільних концернів в умовах впливом промислових революцій; досліджено сучасний стан розвитку автомобільних концернів в умовах впливом промислових революцій; проаналізовано розвиток автомобільних концернів та розглянути його тенденції в умовах промислових революцій; зроблено SWOT-аналіз розвитку галузі.

Предметом даної роботи є закономірності сучасного розвитку автомобільних концернів.

Об'єктом являються тенденції розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій.

Практичне значення роботи полягає у визначенні проблемних моментів та перспектив діяльності та розвитку автомобільних концернів в сучасних умовах.

Методологічну основу дослідження становлять такі методи: наукового узагальнення і систематизації, критичного аналізу, вивчення та конструктивний аналіз наукової літератури з проблеми даної роботи.

Методичну базу дослідження складають методи збору, систематизації та аналізу даних.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновку, списку літератури, додатків. Кваліфікаційна робота виконана в обсязі 38 сторінок, з них – 35 сторінок основного тексту. Сюди входять 3 таблиці, 6 рисунків.

При написанні кваліфікаційної роботи було використано 68 основних джерел, переважно наукового, науково-методичного, періодичного характеру.

Ключові слова: автомобільні концерни, розвиток, промислові революції, ефективність, SWOT-аналіз, тенденції розвитку.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ КОНЦЕРНІВ В УМОВАХ ПРОМИСЛОВИХ РЕВОЛЮЦІЙ	6
1.1. Поняття «автомобільний концерн»	6
1.2. Особливості функціонування автомобільних концернів	9
1.3. Поняття промислових революцій та їх вплив на розвиток автомобільних концернів	11
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ КОНЦЕРНІВ В УМОВАХ ПРОМИСЛОВИХ РЕВОЛЮЦІЙ	16
2.1. Сучасний стан діяльності автомобільних концернів	16
2.2. Фактори впливу на розвиток автомобільних концернів	22
2.3. Результати впливу промислових революцій на розвиток автомобільних концернів	26
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ КОНЦЕРНІВ ТА ЙОГО ТЕНДЕНЦІЇ В УМОВАХ ПРОМИСЛОВИХ РЕВОЛЮЦІЙ	31
3.1. Проблематика розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій	31
3.2. Тенденції розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій	33
ВИСНОВОК.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	39

ВСТУП

Сучасний стан розвитку автомобільних концернів характеризується досить суперечливими тенденціями з його впливом на результати діяльності світового автомобілебудування за рахунок великої кількості негативних чинників як об'єктивних, так і суб'єктивних. Так, за офіційно оприлюдненими даними діяльність великих автомобільних концернів практично не залишає місця на ринку для конкурентів. Позитивні зміни щодо конкурентоспроможності, фінансового стану та підвищення економічного потенціалу можуть сьогодні завоювати далеко не всі автомобільні концерни. Проте тенденцій в даному напрямі значно більше, ніж недоліків, що свідчить про правильний напрямок в даному виді діяльності.

Промислові революції не можуть проходити безслідно. Ними була внесена неоціненна інноваційна частка і в діяльність автомобільних концернів усього світу. Еволюція автомобілебудування під впливом промислових революцій викликає захват і здивування, гордість та надії. Однак тенденції даного напрямку інколи виходять за межі реального: єдиний концерн – світовий лідер, літаючі авто, вічний двигун і т.д. Тому сьогодні актуальним являється вивчення наявних тенденцій розвитку автомобільних концернів під впливом промислових революцій, аби розставити всі крапки над і та чітко розуміти, що є реальною тенденцією, а що звичайні вигадки.

Вивченню та дослідженню тенденцій розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій присвячені роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. До них належать: Безрукова Н.В., Бодрова Н.Є., Бойко В.С., Бубнова Ю.В., Волошенюк В.В., Дерев'янкін Т.І., Єгоров С.М., Жихарцева О.О., Лаптев В.А., Линенко А.В., Новшинська Л.В., Петрина В.Н., Підгорний А.З., Проноза П.В. та ін.

Мета даної кваліфікаційної роботи полягає в дослідженні тенденцій розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій.

Відповідно до мети були поставлені такі завдання:

- розглянути теоретичні аспекти розвитку автомобільних концернів в умовах впливом промислових революцій;
- дослідити сучасний стан розвитку автомобільних концернів в умовах впливом промислових революцій;
- проаналізувати розвиток автомобільних концернів та розглянути його тенденції в умовах промислових революцій;
- зробити висновки.

Предметом даної кваліфікаційної роботи є закономірності сучасного розвитку автомобільних концернів.

Об'єктом являються тенденції розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій.

Методологічну основу дослідження становлять такі методи: наукового узагальнення і систематизації, критичного аналізу, вивчення та конструктивний аналіз наукової літератури з проблеми даної роботи.

Методичну базу дослідження складають методи збору, систематизації та аналізу даних.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновку, списку літератури, додатків. Кваліфікаційна робота виконана в обсязі 38 сторінок, з них – 35 сторінок основного тексту. Сюди входять 3 таблиці, 6 рисунків.

При написанні кваліфікаційної роботи було використано 68 основних джерел, переважно наукового, науково-методичного, періодичного характеру.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ КОНЦЕРНІВ В УМОВАХ ПРОМИСЛОВИХ РЕВОЛЮЦІЙ

1.1. Поняття «автомобільний концерн»

Утворення державних і комунальних господарських об'єднань зазвичай відбувається у формі корпорацій або концернів, незалежно від назви об'єднання, наприклад, комбінату або тресту. Створення концернів необхідне для переміщення капіталу з менш перспективних галузей промисловості в більш перспективні, а також для реалізації значних фінансових проектів. Поєднання з одного боку ресурсів/капіталу а з іншого адміністративних функцій дозволяє концерну ефективно реалізовувати великі фінансові проекти та швидко реагувати на зміну ринкової кон'юнктури. [2, с.29].

Стаття 120 Господарського кодексу України визначає можливі організаційно-правові форми для створення об'єднань підприємств, а саме: асоціацію, корпорацію, консорціум та концерн. Проте варто зазначити, що в Україні ці терміни мають інше значення, ніж у країнах з розвиненою економікою. Якщо порівняти ці інститути з країнами із розвиненою економікою, то можна побачити, що вони мають істотні відмінності на принциповому рівні. Зокрема, вони не є юридичними особами, які утворюються з двох або більше інших юридичних осіб, та не створюються з метою керування діяльністю інших юридичних осіб, що входять до складу об'єднання.

У німецькому праві термін "концерн" (з німецького konzern) не вказує на юридичну особу певної організаційно-правової форми, як це має

місце в українському праві. Замість цього, він є загальним поняттям, яке охоплює різноманітні групи компаній, що пов'язані між собою відносинами контролю, що може здійснюватись через корпоративні права або договірні відносини. Це нагадує поняття "пов'язані особи", яке використовується в Законі України "Про захист економічної конкуренції" для контролю монополізації ринку. Отже, якщо використовувати визначення "концерну" з німецького права, то в Україні до концернів можна було б віднести асоційовані підприємства, прості товариства та інші групи пов'язаних відносинами контролю юридичних осіб.

General Motors, найбільший у світі автомобільний конгломерат, складається з понад 200 компаній у Сполучених Штатах, Канаді та 36 інших країнах світу. Однак це поняття ще не знайшло належного відображення в чинному законодавстві нашої країни. Як альтернативний термін використовується термін «фінансово-промислова група».

Існує кілька різних тверджень у сучасній економічній науці щодо того, що означає поняття "автомобільний концерн". Згідно з деякими авторами, такими як В.В. Волошенюк та Н.І. Литвиненко, автомобільний концерн є формою організації бізнесу, яка об'єднує організації з фінансової та не фінансової сфер, співпрацює з державою та створює диверсифіковану багатофункціональну структуру. Він також є формою інтегрованого капіталу, який поєднує різні форми капіталу, такі як промисловий, фінансовий, торговельний, інтелектуальний та людський, через співвласність, яка належить промисловцю та застосовується ним. [14, с.26]

Згідно з деякими визначеннями(С.Егорова та С. Маринин), автомобільний концерн є організаційною структурою, яка об'єднує компанії та банки з метою забезпечення сприятливого фінансового середовища для великомасштабних бізнес-проектів та програм. Вона може включати різні форми капіталу та виробничі потужності, а також забезпечує максимальний контроль за ринком виробництва та збуту продукції. Така структура спрямована на максимальну концентрацію економічного потенціалу у

пріоритетних галузях економіки та поширення своєї сфери впливу на інші галузі. Законодавчі терміни визначають автомобільний концерн як групу суб'єктів господарювання, що перебувають під безпосереднім або опосередкованим контролем юридичної або фізичної особи. [8, с.30]

На думку В. Лаптева [13, с.118], автомобільний концерн - це сукупність юридичних осіб, що діють як основні та дочірні компанії та повністю або частково об'єднали свої матеріальні та нематеріальні активи (система участі) на основі договору про створення автомобільного концерну з метою технологічної або економічної інтеграції для реалізації інвестиційних та інших проектів і програм, що спрямовані на збільшення конкурентоспроможності та розширення ринків збуту товарами та послугами, підвищення ефективності виробництва, створення нових робочих місць.

Отже, виходить, що автомобільний концерн є формою довготривалого об'єднання (як правило, багатогалузевого) підприємств і організацій для створення автомобільних виробів. Вони можуть поєднувати компанії по технологічному ланцюжку, що перебувають в різних містах або навіть країнах і при цьому зберігати свою юридичну самостійність. В такій ситуації проведення єдиної економічної політики або централізація частини фінансів деяких функціональних служб такі компанії делегують частину прав колегіальному органу управління.

1.2. Особливості функціонування автомобільних концернів

Автомобільний концерн характеризується централізацією значної кількості виробничо-господарських функцій і реалізацією всіма його учасниками в рамках концерну єдиної політики. Як наслідок, можна говорити про наділення концерну широким спектром повноважень,

пов'язаних із здійсненням виробничої діяльності, створенням централізованих фінансових фондів, утворенням нових суб'єктів господарської діяльності в інтересах його учасників [10, с.238].

При цьому ключовою особливістю концерну виступає його централізована організаційна структура з відповідними жорсткими зв'язками усіх учасників, що узгоджено реалізують основну діяльність (рис.1.1.). Так своїми засновницькими документами концерн може не дозволяти учасникам приймати участь у роботі інших концернів, за винятком асоціацій. Така жорстка система зв'язків дозволяє узгоджувати між членами концерну додаткову майнову відповідальність за зобов'язаннями об'єднання в цілому. При цьому, високий рівень централізації структури організації концерну передумовлює створення відокремленого апарату управління. Крім того, концерн, якщо це передбачено статутом, може централізувати будь-які функції управління.

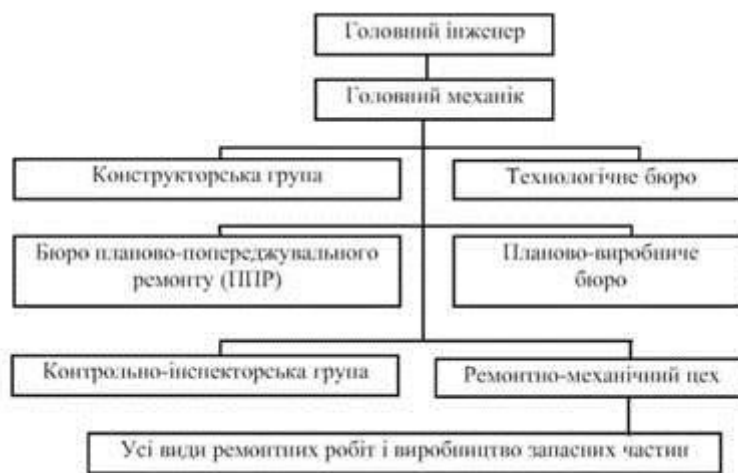


Рис.1.1. Приклад організаційної структури концерну

Концерн представляє певний виробничо-господарський комплекс, учасники якого пов'язані тісними зв'язками у технологічному та коопераційному відношенні. Учасники централізують виконання основних напрямків своєї діяльності (за винятком інвестиційної, наукової, зовнішньоекономічної тощо), передаючи концерну значно більше повноважень, порівняно з асоціаціями і корпораціями. В якості таких

повноважень може виступати наприклад, право відносин з державними органами управління, контроль матеріально-технічного постачання, або реалізації готової продукції та ін.

Таким чином, можна сформулювати основні особливості концернів.



Рис 1.2. Види концернів залежно від інтеграційних зв'язків.

Концерни можна описати як жорстку форму інтеграції компаній, що об'єднуються переважно виробничого характеру. У межах концерну здійснюється централізоване управління фінансами, економікою, науково-технічною політикою, ціноутворенням, використанням виробничих потужностей та кадровою політикою. Зазвичай головна компанія концерну організовується як холдингова компанія або на основі взаємодії переважаючих і залежних підприємств. Хоча підприємства, які входять до складу концерну, можуть залишатися самостійними юридичними особами у формі акціонерних чи інших господарських товариств, на практиці вони фактично підпорядковані єдиному господарському керівнику [6, с.26].

Залежно від характеру інтеграційних зв'язків між компаніями розрізняють вертикальні та горизонтальні види концернів(рис 1.2.).



Рис 1.3 Класифікація концернів залежно від участі капіталу.

Концерни можуть спрямовувати свою діяльність на певну галузь або підгалузь економіки. З іншого боку до нього можуть входити компанії з різномаїтних галузей. Лише небагато великих автомобільних концернів охоплюють цілу галузь.

Виходячи з концепції участі у капіталі існують два типи концернів: підлеглості та координації. Концерни підлеглості складаються з

материнських та дочірніх компаній, тоді як концерни координації складаються зі сестринських компаній, які здійснюють взаємний обмін акціями та діють під єдиним керівництвом. Концерни підлеглості об'єднують виробництво за технологічним ланцюгом, а концерни координації - з метою інтеграції різних видів діяльності. Концерни координації може бути подібним до конгломерату, оскільки може включати слабо пов'язані технологічні компанії.

1.3. Поняття промислових революцій та їх вплив на розвиток автомобільних концернів

Промислові революції мають значний вплив на економіку, соціальну структуру та культуру суспільства. Нові технології призводять до зростання чисельності населення, появи нових робочих місць та розвитку міських центрів. Водночас, вона можуть призводити до збільшення експлуатації робітничої сили та зниження рівня життя працюючих, а також до збільшення екологічних проблем.

Промислова революція - це перехід від ручної праці до механічної виробничої технології, що відбувся у кінці 18-го та на початку 19-го століття в Європі та Північній Америці. Цей перехід був наслідком винаходу нових технологій, таких як паровий двигун, машини з чисельним керуванням та виробничі лінії. Ці технології дозволили збільшити продуктивність праці, знизити вартість виробництва та збільшити швидкість виробництва. Роберт Лукас, лауреат Нобелівської премії, зауважував, що це було перше стійке зростання рівня життя простих людей в історії, і ніщо подібне не траплялося раніше. [7, с.29].

У другій половині XVIII століття в Англії традиційна аграрна економіка була замінена економікою, в якій домінувало виробництво машин і механічне виробництво, що стало можливим завдяки винаходу парового двигуна. Це

призвело до зміни балансу політичних сил від лендлордів до промисловців і сприяло формуванню міського робітничого класу.

Перша промислова революція, що розпочалася в XVIII столітті, об'єдналася з Другою промисловою революцією в 1850 році, коли технологічний та економічний прогрес почали шалено набирати оберти завдяки розвитку парових кораблів, залізниць, двигунів внутрішнього згоряння та електричної енергії в XIX столітті. Різні історики мають різні погляди на час, що охоплює промислову революцію. Ерік Гобсбаум стверджує, що вона почалася в Великій Британії у 1780-х роках, але не стала повною мірою відчутною до 1830-х або 1840-х років. Томас Ештон, з іншого боку, датує її з проміжку між 1760 та 1830 роками.

У період першої промислової революції транспортна інфраструктура Великої Британії базувалася головним чином на судноплавних річках і дорогах, з каботажними суднами використовуваними для транспортування вантажів морським шляхом. Залізниці використовувались для перевезення вугілля до річок, де він надалі відправлявся відповідним шляхом, але канали ще не були побудовані. Транспортування важких вантажів здійснювалось за допомогою тварин, а на морі рушійною силою був вітер.

Завдяки промисловій революції транспортна інфраструктура Великої Британії значно покращилась. Мережа автомобільних доріг, водних шляхів та залізниць стала більш просунутою та розвиненою, що дозволило доставляти сировину та готову продукцію швидше та дешевше, ніж це було раніше. Поліпшення транспорту дало імпульс розвитку нових інновацій та поширенню їх на території країни.

Залізниці загального користування з'явилися на початку 19 століття з Стоктон-Дарлінгтонської залізниці в 1825 році і залізниці Ліверпуль - Манчестер в 1830 році [8, с.30]. Будівництво великих залізниць, які з'єднували міста та містечка, розпочалося у 1830-х роках, але набрало швидкості тільки наприкінці першої промислової революції.

Після завершення будівництва залізниць багато робітників залишалися в містах, що забезпечило додаткову робочу силу для промисловості, замість повернення до сільського життя. Залізниці значно сприяли торгівлі Великої Британії, забезпечуючи швидкий і зручний спосіб транспортування товарів та перевезення пошти та преси.

Промислова революція відіграла критичну роль у розвитку продуктивних сил країн, які її впровадили, дозволяючи їм вийти з економічної відсталості. Це був перехід від аграрного господарства, яке мало постійну загрозу неврожаїв і голоду, до нового етапу розвитку економіки та життєвого рівня. Промислова революція означала економічні, соціальні та політичні зміни, що полягали у перетворенні машин на основний засіб виробництва.

Процес перетворення провідних країн Європи на гігантські фабрики викликав суттєві зміни в розселенні та складі населення. Це призвело до з'явлення великих міст, нових класів та соціальних груп, і суттєвих змін в політичному устрої та духовному житті суспільства.

Один з основних критеріїв визначення початку промислового перевороту - це з'явлення фабричної системи, яка передбачає появу значної кількості справжніх фабрик. У Англії, яка розпочала цей процес раніше, ніж інші країни, фабрики з'явилися в усіх регіонах наприкінці XVIII століття, а до кінця століття до них приєдналася Франція. Вже в XIX столітті інші країни Європи наслідували цей приклад. Хоча промисловий переворот мав свої особливості в кожній країні, можна відслідкувати загальну логічну послідовність. Спочатку машинне виробництво було впроваджено в текстильній промисловості, а потім ці методи були використані в інших галузях та нових регіонах. Кустарне виготовлення машин відокремлюється як окрема галузь виробництва.

Під час останньої стадії промислового перевороту масове використання машин до остаточної перемоги над ремеслом. Ті країни, які пізніше приєдналися до індустріального розвитку, мали можливість швидше перейти

на початкові етапи, використовуючи досвід лідерів. В Англії промисловий переворот перевернувся на початку 60-х років XIX ст., у Франції та США - до початку 70-х років, у Німеччині та Австро-Угорщині - до кінця 80-х років, а в країнах завершується Північна Європа - в 90-х роках. ті роки. У загальному, в Європі індустріальне суспільство сформувалося до початку XX століття.

Наслідки промислової революції мали вирішальний вплив на багато сфер життя. Техніка та технології виробництва відзначили кардинальні зміни, були створені нові галузі промисловості, такі як нафтова, хімічна, колірна, металургійна, автомобільна, верстатобудівна та авіаційна. Електроенергія стала широко використовуваною, а нафта та газ стали основними джерелами енергії. Науковий пошук був активізований завдяки технічній базі та швидкому впровадженню наукових відкриттів.

Зростання важкої промисловості призвело до збільшення дрібних підприємств, а централізація та концентрація виробництва призвела до утворення лідерів у різних галузях та з'явилася угоди щодо виробництва та збуту між найбільшими фірмами. У XX столітті монополії стали невід'ємною частиною індустріального суспільства.

У зв'язку з цим утворення автомобільних концернів стало очікуваним розвитком автомобільної промисловості, який був затребуваним протягом тривалого часу через багато перешкод та недоліків.

Промислові революції суттєво вплинули на розвиток автомобільних концернів. Від початку 20-го століття, коли був винайдений перший автомобіль, автомобільні концерни стали одними з найбільш важливих гравців на світовому ринку.

Перші автомобілі були вироблялися вручну та мали високу вартість, що забезпечувало їм доступ лише для заможних клієнтів. Однак, з початком промислових революцій, автомобільні концерни отримали можливість впроваджувати нові технології та підвищувати ефективність виробництва. Виробництво автомобілів стало більш автоматизованим та масовим, що

зменшило вартість виробництва та дозволило автомобільним концернам знизити ціну на свої продукти.

Крім того, розвиток промислових революцій дозволив автомобільним концернам швидко реагувати на зміни в ринкових умовах та підлаштовуватися під потреби споживачів [10,16,17,18,22,38,40,44,46,54,65]. Рух світової спільноти до цілей сталого розвитку також вплинув на розвиток автомобільних концернів [7,8,9,11,23,27,32,33,39,45,47,49,52,53,56,57,58,60, 61,62,66,68]. Виробники автомобілів стали зосереджуватися на підвищенні ефективності двигунів, перехід на електроенергію, поліпшенні якості матеріалів та забезпеченні більш комфортної їзди для пасажирів.

У 21 столітті автомобільні концерни продовжують впроваджувати нові технології та інновації, такі як електричні та гібридні двигуни, системи автоматичного керування та підключення до Інтернету [12,13,28,29,30,31,34,36,43,48,50,51,55,59,63]. Промислові революції продовжують впливати на розвиток автомобільної промисловості та дозволяють автомобільним концернам залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку [60,61,62,64,65,67].

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ КОНЦЕРНІВ В УМОВАХ ПРОМИСЛОВИХ РЕВОЛЮЦІЙ

2.1. Сучасний стан діяльності автомобільних концернів

Сучасна діяльність автомобільних концернів характеризується посиленням конкуренції у глобальному вимірі. Конкуренцію в галузі можна визначити як олігополістичну, що створює високі бар'єри входження в галузь нових фірм, а також закріплює за провідними концернами можливість розширювати свою присутність на основних регіональних ринках.

У 2020 року ринкові частки Volkswagen та Toyota були рівними. За результатами 2021 року Volkswagen зайняв перше місце у світовому автовиробнику з часткою 11%, тоді як Toyota має 10,8%. У 2021 році Volkswagen продав 10 030 440 автомобілів, у той час як Toyota - 10 007 207 одиниць. Альянс Renault-Nissan-Mitsubishi, який придбав японську компанію, продав менше десяти мільйонів автомобілів. Корейський Hyundai-Kia зайняв четверте місце з продажем трохи менше 8 мільйонів автомобілів, американський концерн General Motors отримав 5-е місце після продажу свого європейського підрозділу французької компанії Opel.[15].

У 2021 році у світовому рейтингу автомобільних концернів було мало змін порівняно з попереднім роком, і це тривало до 12-го місця. Проте на 13-ту позицію вийшов китайський концерн Geely Group, який не тільки володіє виробником легкових автомобілів Volvo, але також нещодавно став акціонером Daimler AG. За ним у списку були інші китайські автомобільні корпорації, які продали понад мільйон автомобілів кожна (див. Таблицю 2.1).

Таблиця 2.1.

Рейтинг автомобільних концернів світу за 2020-2021 рік

Rank 2017	Rank 2016	Group	Sales 2017	Sales 2016	Variation 2017	Share 2017	Share 2016
1	1	Volkswagen Group	10.377.478	10.030.440	3,5%	11,0%	10,9%
2	2	Toyota M.C.	10.176.362	10.007.207	1,7%	10,8%	10,9%
3	3	Renault Nissan Alliance	10.075.185	9.504.725	6,0%	10,7%	10,3%
4	4	Hyundai-Kia	7.246.003	7.940.022	-8,7%	7,7%	8,6%
5	5	General Motors	6.861.601	6.834.317	0,4%	7,3%	7,4%
6	6	Ford M.C.	6.243.891	6.345.109	-1,6%	6,6%	6,9%
7	7	Honda M.C.	5.323.537	4.950.068	7,5%	5,7%	5,4%
8	8	F.C.A.	4.791.661	4.776.789	0,3%	5,1%	5,2%
9	9	P.S.A.	4.106.791	4.274.662	-3,9%	4,4%	4,6%
10	10	Suzuki	3.155.619	2.826.964	11,6%	3,3%	3,1%
11	11	Mercedes Benz	2.638.826	2.452.026	7,6%	2,8%	2,7%
12	12	BMW	2.456.511	2.385.085	3,0%	2,6%	2,6%
13	15	Geely Group	1.925.955	1.406.112	37,0%	2,0%	1,5%
14	13	SAIC Motor	1.803.877	1.722.743	4,7%	1,9%	1,9%
15	14	Mazda	1.575.796	1.529.757	3,0%	1,7%	1,7%
16	16	ChangAn	1.426.965	1.400.812	1,9%	1,5%	1,5%
17	19	Dongfeng Motor	1.090.215	1.052.679	3,6%	1,2%	1,1%
18	17	BAIC	1.083.021	1.228.695	-11,9%	1,1%	1,3%
19	20	Fuji Heavy Industries	1.056.929	1.011.567	4,5%	1,1%	1,1%
20	21	GM-SAIC-Wuling	1.017.662	760.292	33,9%	1,1%	0,8%

У світовому рейтингу автомобільних концернів за останні 5 років з'явилися такі нові концерни:

1. PSA Group (2017): Французький автовиробник PSA Group, власник таких марок, як Peugeot, Citroen, DS Automobiles і Opel/Vauxhall, входить до ТОП-10 автовиробників світу.
2. Groupe Renault-Nissan-Mitsubishi (2017): Французький автовиробник Renault об'єднався з японськими компаніями Nissan і Mitsubishi, створивши альянс, який став найбільшим у світі з продажу автомобілів у 2017 році.

3. Geely Group (2018): китайський автовиробник Geely Group, власник таких марок, як Geely, Volvo, Lynk & Co та Lotus, зайняв 13-те місце у світовому рейтингу автомобільних концернів за результатами 2021 року.
4. Stellantis (2021): Європейський автовиробник PSA Group об'єднався з американською компанією Fiat Chrysler Automobiles, створивши новий концерн Stellantis, який увійшов до ТОП-4 автовиробників світу з продажу автомобілів.

Зараз в галузі автомобільного виробництва спостерігається новий підхід до технічного розвитку автомобілів та їх виробництва, що свідчить про важливість цієї галузі та її взаємозв'язок з іншими економічними секторами. Автомобільна промисловість безпосередньо працевлаштовує 4 мільйони людей, тоді як ще 8 мільйонів працюють у галузях, що поставляють матеріали і компоненти для автомобільного виробництва. Ця галузь є лідером за кількістю транснаціональних компаній, і близько десяти провідних компаній випускають 80% світової продукції автомобільного виробництва. Раніше концерни автомобільної промисловості були сконцентровані в центрах виробництва металу, гуми та зручних транспортних комунікацій, наприклад, в Детройті (США), Турині (Італія) та на острові Хонсю (Японія). Однак зараз спеціалізовані заводи для виробництва окремих деталей, вузлів та агрегатів все частіше виникають там, де є доступна робоча сила та попит на автомобілі.[21]

За даними статистики останніх кількох років найбільше автомобілів виробляли в Китаї - 14 485 326 штук, Японії - 7 158 525 штук, Німеччині - 5 871 918 штук, Південній Кореї - 4 221 617 штук, Індії - 3 038 332 штуки та США - 2 966 133 шт.

Найбільші компанії в галузі автомобілебудування, які протягом багатьох років займають провідні позиції на світовому ринку, включають BMW - німецький автобудівний та авіамоторний концерн, який також є виробником автомобілів преміум та люкс-класу і мотоциклів. У 2019 році BMW Group продала 1 286 310 автомобілів під марками BMW, MINI та Rolls-Royce (у

2020 році - 1 435 876 штук або 10,4%). З цим показником BMW Group зайняла перше місце серед преміум марок автомобілів. [15].

Volkswagen AG є німецьким автомобільним концерном, який випускає автомобілі під великими торговими марками, включаючи Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Seat, MAN, Scania, Škoda, Porsche (з 2018 року) і Volkswagen. Він є одним із трьох найбільших світових автовиробників і виробляє легкові автомобілі, позашляховики, вантажівки та мікроавтобуси. Штаб-квартира розташована у Вольфсбурзі, Німеччина. У 2015 році Volkswagen опинився під оглядом американських експертів у зв'язку з правильністю показників шкідливих викидів у програмному забезпеченні комп'ютера автомобіля. Це спричинило скандал і призвело до накладення великого штрафу, який серйозно підірвав статус компанії на американському ринку.

У 2018 році Volkswagen займав 5% ринку США, тоді як в Європі його доля склала майже 40%. припинив скандал Dieselgate, компанія зуміла підняти продажі в Німеччині, де її доля зросла майже на 4,5% у 2018 році. У 2019 році Volkswagen став найбільшим світовим виробником автомобілів за обсягами продажів, що є найбільшим досягненням в історії компанії. Словом експертів, Volkswagen довів, що сила його бренду переважає дрібні скандали. Протест, Dieselgate мав вплив на європейський ринок, де юристи продовжують розслідування.

General Motors - американський автомобільний концерн, що виробляє вантажні пасажирські автомобілі в 33 країнах і продає їх в 192 країнах під брендами Buick, Cadillac, Chevrolet, GMC, GM Daewoo, Holden, Hummer, Opel, Pontiac, Saab, Saturn і Vauxhall. Головний офіс розташований у Детройті, а головною радою директорів та головним керівником є Рік Вагонер (Rick Wagoner). Компанія займається виробництвом на 284 тис. працівників на своїх заводах. General Motors протягом 77 років був лідером на автомобільному ринку.

В цілому ринок автомобілів Європи в роках 2019-2020 років прогресує. потенційно на проблеми Volkswagen, німецькі автовиробники впевнено тримають лідерство на багатьох ринках світу. У Німеччині виробництво легкових автомобілів зросло до 5,7 млн. одиниць, великий з яких експортується до країни Європейського Союзу [5, с.16]. У 2019 році продажі зросли майже на 10%, переважно успішного продажу в таких країнах, як Великобританія, Іспанія, Франція та Нідерланди.

За даними Асоціації Європейських Виробників Автомобілів (АСЕА), ринок автомобілів Європи переживає позитивну динаміку, кількість зареєстрованих нових легкових автомобілів зростає з 13,7 млн у 2015 році до 14,6 млн у 2019 році.

За результатами продажів у січні-квітні 2021 року американське видання Focus2move складало рейтинг найбільш популярних у світі марок автомобілів, у якому відзначено стрімке зростання продажів корейської компанії Kia на 8,7% порівняно з минулим роком. якщо на це, в Україні продажі автомобілів Kia в 2021 році зменшилися.

Експерти стверджують, що європейський автомобільний ринок знає певного оживлення. За даними АСЕА, кількість зареєстрованих нових легкових автомобілів в ЄС (28) зростає з 13,7 млн у 2015 році до 14,6 млн у 2019 році.

Згідно з рейтингом найбільш популярних автомобільних брендів у світі, опублікованим американським виданням Focus2move за січень-квітень 2021 року, Kia показала значний ряд продажів, збільшивши їх на 8,7% порівняно з минулим роком. Однак в Україні продажі автомобілів цієї марки значно впали - на більш ніж третину за період із січня по травень. Єдиним зараз автомобілем компанії, яка займає місце в топ-20 бестселерів країни, є Kia Sportage.

У світовому рейтингу лідером є Toyota, яка збільшила продажі на 0,6% за період з січня по квітень 2021 року. В Україні «Тойота» також займається одним із провідних місць на автомобільному ринку.

На другому місці з великим відставленням розташувався Volkswagen, продажі якого зросли на 6,1% за період із січня по квітень 2021 року.

Третє місце у світовому рейтингу отримав "Форд". Однак цей рік для американського автовиробника почався не дуже вдало, продажі його автомобілів впали на 5,9%. (таблиця 2.2)

Таблиця 2.2.

ТОП-10 автомобільних марок світу (за результатами продажів у січні-квітні 2021 року)

№	Марка	Продано, шт.	Динамика, %
1	Toyota	2 811 902	+0.6
2	Volkswagen	2 308 040	+6.1
3	Ford	1 880 804	-5.9
4	Nissan	1 625 005	-0.2
5	Honda	1 482 760	-1.3
6	Hyundai	1 421 405	+2.4
7	Chevrolet	1 307 191	+4.5
8	Kia	941 575	+8.7
9	Renault	878 173	+3.9
10	Mercedes	872 975	+6

Після кризового періоду в Європі певне відступлення від негативних явищ. З цим приводом на високих темпах розвивається виробництво нових автомобільних брендів, зростає обсяг виробництва електромобілів, а також створюється необхідна інфраструктура для подальшого розвитку цієї тенденції в автомобільній промисловості Європи.

2.2. Фактори впливу на розвиток автомобільних концернів

Нині на розвиток автомобільних концернів здійснюють вплив багато факторів:

1. Грамотна бізнес-ідея. Для прикладу, майже одночасно виробники автомобілів Volkswagen і Toyota Motors оголосили про великі інвестиції у проекти з виклику таксі. Німецька Volkswagen уклала угоду на \$300 млн з ізраїльським стартапом Gett, а Toyota проінвестувала в Uber - чи не найскандальніший стартап на планеті. Суму угоди не розголошують, але сторони офіційно підтвердили, що є партнерами.

Такі події – далеко не новинка. Ще в січні 2019-го американський виробник авто General Motors зробив те ж саме: компанія викупила 9-відсоткову частку в сервісі з виклику таксі Lyft за \$500 млн – основного конкурента Uber на ринку Штатів. Навіщо автоконцерни вкладають у такі проекти?

Близько року тому один із засновників Google Сергій Брін заявив, що лише кілька відсотків людей справді отримують задоволення від керування автівкою. Для інших це постійний стрес і напруження, якого вони з радістю можуть позбутися. Сьогодні в цьому допомагає служба таксі. Але в майбутньому, як запевняє Брін, це зроблять безпілотні автомобілі Google Car – власна розробка компанії, яку вже досить вдало тестують на дорогах Америки [14, с.26].

Наразі автомобільні концерни зосереджені на наукових дослідженнях та розробках новітніх технологій, що дозволяють своїм автомобілям залишатися конкурентними і одночасно надавати додаткову цінність покупцям. У світовій масштабі ці концерни активно працюють над зменшенням негативного впливу на свою діяльність на довкілля та впровадження соціальних програм, спрямованих на покращення добробуту суспільства, без чого неможливий успішний розвиток бізнесу.

2. Місія концерну. Місія компанії Nissan Motor Co. досягла створення унікальних та інноваційних автомобілів і послуг, які є найвищими цінностями для її клієнтів, співробітників, дилерів і постачальників. Надійність, унікальний дизайн та відмінна керованість автомобілів Nissan забезпечують їм позицію лідера в світі як високоякісних японських автомобілів, які були визнані найбезпечнішими на світовому ринку. Зараз компанія Nissan Motor Co. є глобальним концерном, який щороку випускає та продає близько 3 мільйонів автомобілів, що робить її однією з найбільших виробників автомобілів у світі. За 89 років своєї історії компанія Nissan випустила понад 77 мільйонів автомобілів.

3. Мета концерну. Метою автомобільного концерну повинен бути не лише схожий на всіх, але й бути улюбленим серед тих, хто цінує самотутній дизайн, стиль, технологічну досконалість та якість.

4. Вибір країнових ринків. Щодо вибору країнових ринків, то залежність від США знижується, втрати продажів автомобілів там стрімко падають. Автомобільні концерни зосереджуються на збільшенні продажів на нових ринках, таких як Росія, Китай та Індія, з орієнтацією на прогноз зростання, засновані на планах виробників, даних про щільність автомобільного парку, підвищення добробуту населення та розвитку кредитних продуктів. [13, с.118].

5. Вибір способу виходу на бажаний ринок. Після визначення країни, в якій концерн планує реалізувати свою продукцію, необхідний успіх, який спосіб виходу на цей ринок є найбільш ефективним. Зазвичай, можна вибрати один із трьох способів: експорт, спільне підприємництво або пряме інвестування за кордон. Детальний опис цих способів наведено в таблиці 2.3.:

Способи виходу на зовнішній ринок

Експорт	Спільне підприємництво	Пряме інвестування
<p><i>Непряий маркетинг</i></p> <p>-Через вітчизняного експортера;</p> <p><i>Прямий маркетинг</i></p> <p>- Через експортний відділ;</p> <p>- Через збутове відділення або філіал за кордоном;</p> <p>- Через комівояжерів по експортним операціям;</p> <p>- Через закордонні дистриб'юторські фірми.</p>	<p>- ліцензування;</p> <p>- підрядне виробництво;</p> <p>- Управління за контрактом</p> <p>- Підприємства спільного володіння.</p>	<p>- Складальні підприємства;</p> <p>- Виробничі підприємства.</p>

6. Вибір сегментів споживачів. Необхідно визначити сегмент споживачів, на який спрямований концерн, враховуючи вікові, соціально-економічні та особливі вподобання та потреби потенційних покупців.

7. Визначення цілей і стратегій маркетингу. Автомобільні концерни проводять дослідження цього фактора за допомогою SWOT-аналізу (див. табл 2.4). Цей аналіз дозволяє визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози в галузі автомобілебудування, які будуть наведені нижче. [17, с.92].

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз сфери діяльності автомобільних концернів

	Сильні сторони	Слабкі сторони
	<p>1. Здатність адаптуватися до вимог ринку та враховувати потреби та побажання покупців;</p> <p>2. Здатність витримувати високий рівень конкуренції і успішно конкурувати з іншими гравцями на ринку</p> <p>3. Високий рівень виробництва і технологічний досвід</p>	<p>1. Зменшення частки ринку в компанії;</p> <p>2. Заплутаність покупця в питанні способу марки;</p> <p>3. Культура організації характеризується консервативністю та дотриманням жорстких корпоративних правил</p>

	<p>4. Готовність до адаптації та інновацій</p> <p>5. Розширений вибір продуктів.</p>	
Можливості		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення продажів на нових ринках 2. Технологічні прориви 3. Збільшення обсягів виробництва для експорту на нові ринки 	<p>-Розробка нових моделей з урахуванням переваг покупців;</p> <p>-Здійснення технологічних проривів, використовуючи наявний тех.досвід;</p> <p>-Розширення дилерської мережі для збільшення продажів</p>	<p>- Поступове збільшення частки на світовому ринку досягається за рахунок збільшення обсягів продажу нових продуктів;</p> <p>- Розробка уніфікованих корпоративних положень з метою створення позитивного іміджу компанії</p>
Загрози		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Продажі автомобілів падають на ключовому ринку США 2. Проблематично знайти місцевих партнерів на нових ринках 3. Необхідні великі інвестиції у створення розвинутої дилерської мережі на нових ринках 4. Велика конкуренція і розвинена корупція на нових, важливих для Нісан, ринках 5. Поставлення валютним ризикам, підробленими продуктам і мінливому навколишньому середовищі 	<p>- Робити акцент на продажі на нових ринках з великим потенціалом;</p> <p>- Збільшити інвестиції на рекламу для підтримки конкурентного рівня;</p> <p>- Налагодження виробництва на нових ринках</p>	<p>- Проводити рекламні, ознайомлювальні заходи з метою поліпшення знання марки серед покупців;</p> <p>- Поліпшувати якість обслуговування в дилерських центрах Нісан, підтримуючи високий клас;</p>

8. Ключові стратегії. Для автомобільних концернів найбільш вигідними є наступні фактори:

1. Розробка продукту: включає розробку нових моделей для різних ринків, що дозволяє підприємству розширювати свою присутність на ринку.
2. Розвиток ринку: включає вивчення нових сегментів автомобільного ринку та використання їх для збільшення власної частки на ринку. Надання захисту та співпраці молодим автовиробникам дозволяє підприємству зберігати своє місце на ринку.
3. Модифікація продукту: включає незначні зміни в існуючих моделях, що дає можливість додатково задовольняти змінні потреби споживачів і збільшувати попит на продукцію. Для успішної діяльності на ринку автомобільні концерни повинні враховувати зміни у суспільних потребах та забезпечувати їх відповідністю своїх продуктів. [10, с.238].

Відтак, бачимо, що нині існує низка факторів впливу на розвиток автомобільних концернів. Кожен з цих факторів окремо не зможе дати позитивного очікуваного результату. Адже, лише комплексний їх цільовий вплив здатен підвищити прогресію результатів діяльності автомобільних концернів.

2.3. Результати впливу промислових революцій на розвиток автомобільних концернів

Автомобільна промисловість з'явилась у США в XIX столітті, коли Готліб Даймлер та Карл Бенц зібрали перший автомобіль. Згодом, в 1903 році Генрі Форд започаткував конвеєрне виробництво автомобілів, що зробило цю галузь промисловості значною в багатьох країнах світу, зокрема

в США, Японії, Німеччині та Південній Кореї. У кінці ХХ століття лідерами автопромисловості були General Motors, Ford та Chrysler, але на початку ХХІ століття їх лідерство було викликане японськими компаніями Toyota, Nissan, Honda та Mitsubishi. Розвиток технологій привів до з'явлення електромобілів, що стали найінноваційнішим результатом впливу промислових революцій на автомобільну промисловість.

На даний період електромобілі вже підібралися до такого етапу свого розвитку, що вони вже є не тільки альтернативою, але і прямою конкуренцією автомобілям зі звичними силовими агрегатами [9]. Велике зростання новинок електромобілів в 2017-му і авто, що готуються до випуску в 2018 році засновано, насамперед, на їх перевагах, до яких слід віднести:

- екологічність;
- кращий ККД електричного двигуна (85-95%);
- прості налаштування.

Для більшої наочності доцільно розглянути переваги електромобілів на рисунку 2.1.

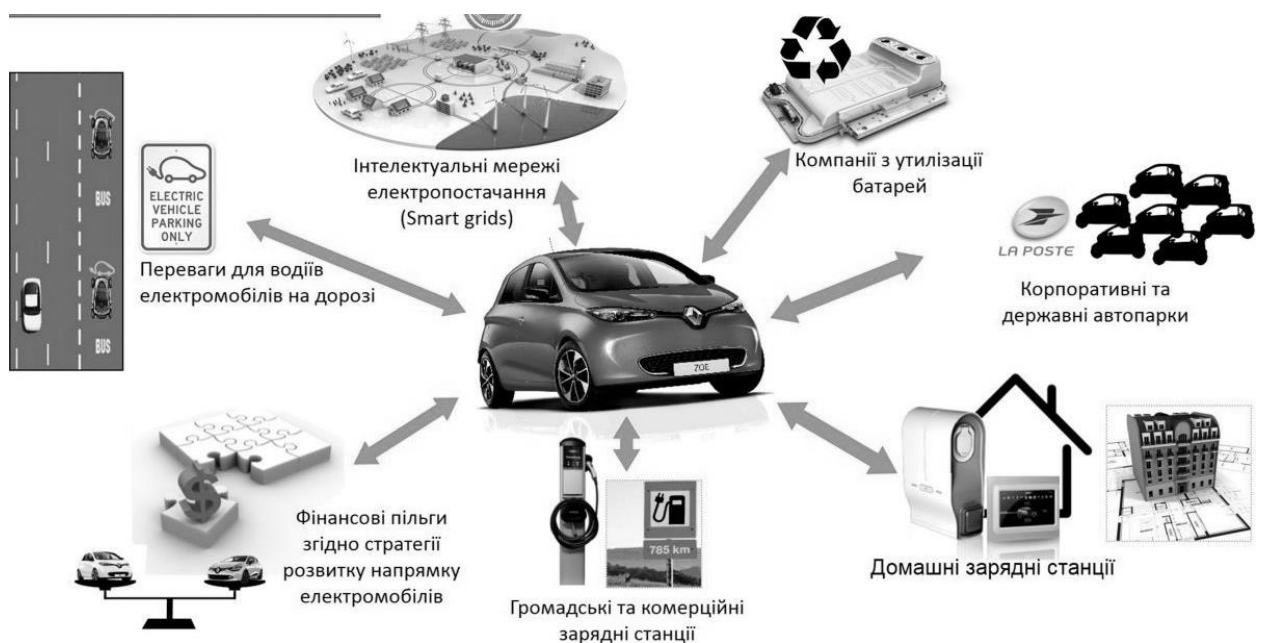


Рис.2.1. Переваги електромобілів

В умовах постійно зростаючого попиту на електромобілі все більше автомобільних концернів займаються їх розробкою і виробництвом. При цьому умовно їх можна розділити на дві категорії:

1. Фірми, які розробляють і випускають тільки електромобілі: Tesla Motors, REVA і Faraday Future.

2. Концерни, що випускають електроверсії на базі своїх традиційних автомобілів: Renault, Nissan, BMW та інші.

Незважаючи на різні підходи до випуску електромобілів серед вказаних компаній, не можна сказати, що в даний час якийсь певний напрямок домінує на ринку.

Найбільше електрокарів купують у Китаї. У третьому кварталі 2020 року у світі було продано 287 тис. електромобілів. З них практично половина була куплена в Китаї [16].

Отже, зростання продажу електромобілів (у цю кількість входять як, власне, самі електромобілі, так і гібридні автомобілі, що так само заряджаються за допомогою підключення до електромережі) становило порівняно з другим кварталом поточного року 23%, а порівняно з третім кварталом минулого - 63%.

Як зазначалося вище, практично половина виробництва електрокарів припадає на Китай, де державна програма субсидій робить електромобілі дешевшими (іноді до 40%) за автомобілі внутрішнього згоряння (рис.2.2.).



Рис.2.2. Країни-лідери по випуску електромобілів

За даними Міжнародної енергетичної агенції, у 2017 році було продано більше 1 мільйона електромобілів у всьому світі.

За даними Міжнародної енергетичної агенції (МЕА), у 2020 році було продано приблизно 3,2 мільйонів електромобілів, що є на 43% більше, ніж у 2019 році. Загалом, світовий автомобільний ринок зменшився на 16% у порівнянні з 2019 роком через пандемію COVID-19, але ринок електромобілів все ще продовжує зростати.

Експерти пов'язують таке зростання з більшою доступністю інфраструктури для підзарядки і наданням виробниками більшого вибору моделей.

Доцільно додати, що за даними Асоціації "УкрЕВЦ" (Української асоціації електромобільного руху), загальна кількість зареєстрованих електромобілів в Україні станом на кінець 2020 року склала більше 15 тисяч одиниць.

Автомобільні концерни масово виробляють нові розробки, які стали можливими завдяки промисловим революціям, включаючи системи автономного управління автомобілем. Більшість великих виробників автомобілів, а також компанії з інших галузей, працюють над створенням автономних транспортних засобів, включаючи автомобілі, автобуси, безпілотні таксі та колісні дрони для доставки. Такі пристрої вже не є фантастикою[1,20]. Однак, хоча деякі автомобільні концерни презентують прототипи транспортних засобів з автопілотом, їхнє використання ще не є широко поширеним. (рис.2.3.).



Рис.2.3. Автопілот

Різні компанії та організації передбачають, що повністю автоматизований транспорт займе значну частку серед пересувних засобів вже до 2050 року. Це означає, що автомобілі зможуть не лише їздити самостійно, але й обмінюватися інформацією між собою (наприклад, за допомогою систем типу Car-to-Car) та з інфраструктурою, такою як світлофори та центри дорожнього регулювання. Розробка системи автоматичного пілотування вимагає величезної кількості електронних систем та технологій, які вже використовуються в передових транспортних засобах. Вплив промислових революцій на розвиток автомобільних концернів є вражаючим і не має крайньої межі.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ КОНЦЕРНІВ ТА ЙОГО ТЕНДЕНЦІЇ В УМОВАХ ПРОМИСЛОВИХ РЕВОЛЮЦІЙ

3.1. Проблематика розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій

На сьогодні перед автомобільними концернами стоять такі найважливіші проблеми: залучення коштів для модернізації виробництва, залучення нових технологій та ноу-хау, створення конкурентоспроможних автомобілів не тільки на українському ринку, а й на ринку СНД і Східної Європи. Ці проблеми стають особливо актуальними, якщо зважати на глобалізацію, зняття деяких митних бар'єрів, що робить виживання автомобілів деяких концернів навіть на національному ринку досить проблематичним.

Продукція низки автомобільних концернів має низьку якість і тому майже не користується попитом ні на вітчизняних ринках, ні на інших. Технології виробництва там є дуже відсталими, принаймні на 25-30 років. В таких автомобільних концернах за рахунок власного виробництва задовольняється менш ніж 10% потреб у автомобілях і автобусах.

Для того, щоб подолати ці головні проблеми і забезпечити попит на продукцію на внутрішніх і зовнішніх ринках, автомобільним концернам необхідно імпортувати та використовувати технології та ноу-хау від провідних конкурентів, залучити значну кількість коштів, які б дозволили модернізувати підприємства та втілити нові технології у життя.

Автомобільні концерни потребують іноземних інвестицій і використання передових технологій у виробництві автомобілів. Великі надії мають бути покладені на співробітництво з світовими лідерами на арені автомобільних концернів [18, с.4].

Стримуючі чинники розвитку автомобільних концернів (рис.3.1) визначають необхідність здійснення комплексу організаційно-правових,

економічних і техніко-технологічних заходів, розрахованих як на короткострокову, так і на довгострокову перспективу, які б забезпечували розвиток автомобілебудування та спектр послуг цієї галузі у тісному поєднанні з процесами, що відбуваються у світовій та вітчизняній економіці, сприяли б розвитку продуктивних сил країн, соціальної мобільності населення.



Рис. 3.1. Проблеми, які стримують розвиток автомобільних концернів

Таким чином, прискорення вирішення цих проблем має важливе значення не тільки для розвитку автомобільних концернів, але і для розвитку світового автомобілебудування вцілому. Крім того, варто розуміти, що зростання світового рівня розвитку автомобільних концернів зробить автомобільну галузь доступнішою та лояльнішою до кожного пересічного громадянина, а не тільки до багатіїв.

3.2. Тенденції розвитку автомобільних концернів в умовах промислових революцій

Сучасний розвиток автомобільної галузі відображає важливість цієї сфери в економіці промислово розвинутих країн та інших суміжних галузей. В цьому контексті ваш новий підхід до технічного розвитку та виробництва автомобілів в умовах промислових революцій. Конкуренція між ними ринковими компаніями за частину загострюється після світової фінансової кризи, що призводить до злиття та поглинання компаній. Ця стратегія є ключовою для завоювання ринку в конкретних регіонах. якщо на зниження загальної вартості практично угод злиття та поглинання у 2017 році, їх кількість залишається незмінною. Азійський регіон є основним напрямком даної стратегії, що свідчить про перерозподіл світових лідерів на ринку Азії, останній рік тому всі США були світовим центром угод злиття та поглинання.

У зв'язку з промисловими революціями, світові лідери автомобільної галузі очікують стабілізації та зростання ринків, зокрема в США, Китаї, Європейському Союзі та Японії. Одним із головних факторів перетворення ринку є зростаюча спрямованість на виробництво та продаж екологічно чистих автомобілів, що поширюється по всьому світу. Щоб підтримати цю тенденцію, автомобільні концерни вкладають значні інвестиції у новітні розробки, зокрема в альтернативні джерела енергії для живлення автомобілів[21].



Рис.3.2. Електромобіль

Більшість виробників автомобілів вже започаткували виробництво екологічно чистих моделей транспортних засобів. Існує значний попит на новітні електромобілі та гібридні автомобілі серед населення, особливо у містах, де вони застосовуються як практичний транспорт для технологічних потреб, на службі поліції, у медицині та інших галузях. За останні кілька років попит на такі моделі значно зростає, зокрема в Азії, яка є провідним ринком майбутнього світового автомобільного прому. Розвиток ринку Азії, зокрема Китаю, буде мати значний вплив на виробників автомобілів у всьому світі.

В 2017 році Китай став головним світовим продавцем електромобілів, і в майбутньому ці транспортні засоби стануть дійсно популярними, коли їх вартість складатиме приблизно 30 тисяч доларів, а запас ходу буде не менше 320 кілометрів. Китай активно впроваджує нові технології в свій автомобільний ринок та оперативно реагує на технічні новинки від світових автомобільних організацій, що впроваджують нові виробничі технології. У Китаї вже на даний момент є більше 700 тисяч електромобілів на дорогах, і їх кількість збільшується з кожним днем. [9].

У 2020 році Китай був лідером продажу електромобілів, зареєструвавши майже 1,4 мільйона продажів. На другому місці знаходиться Європа з 1,1 мільйоном продажів, а на третьому місці – США з 296 тисячами продажів.

Дедалі більше міських транспортних засобів переходять на електричний привід, що призводить до збільшення відсотка виробництва екологічно чистих автомобілів у загальному обсязі виробництва у ряді країн, таких як США, Європейський Союз та Японія. Це стає можливим завдяки інвестиціям у розвиток транспорту майбутнього. Аналітики ринку автомобілів передбачають, що протягом наступних десяти-дванадцяти років бензинові та дизельні двигуни поступово виходитимуть з вжитку, стаючи "ретро" технологією.

На автомобільному ринку 2022 року можна було побачити нові тенденції у дизайні, укомплектуванні та електронному вдосконаленні автомобілів. Автовиробники вдосконалюють форми кузовів, застосовують нові методики оформлення та вдосконалюють інтер'єр. Зокрема, у нових моделях з'являються нові матеріали для кузовних деталей, такі як алюмінієві, магнієві та титанові сплави, а також вуглецево-пластикові технології виготовлення вузлів. Автомобільні компанії все частіше використовують технології, які спочатку були використані в авіаційній та космічній промисловості.

Проводяться дослідження з розробки нових видів палива, зокрема водню. Наприклад, компанії General Motors і Honda створили спільне підприємство для розробки паливних елементів. Крім того, електронне та освітлювальне обладнання проходить зміни, щоб стати більш ефективним та безпечним для дорожнього руху. З'являються також автомобілі, що керуються за допомогою кібернетичного обладнання. [12, с.116].

Автомобільні компанії з усього світу мають впевнені плани на майбутнє, яке уже дуже близько і можливе досягне. Нові екологічні та зручні технології стають основою висхідного тренду на автомобільному ринку. Такі девізи прийняті серед тих, хто перебуває на передовій автомобільної індустрії.

Хоча автомобільна галузь має глобальний характер, національні особливості впливають на монополізацію виробництва та продажів провідними концернами. В США трійка національних автомобільних гігантів має провідні позиції, хоча японські виробники набувають все більшого впливу. У західноєвропейському регіоні споживачі надають перевагу німецьким та французьким компаніям, а «General Motors Company» та «Ford Motor Company» є стабільними гравцями на ринку Європи. Монопольна влада кількох автомобільних концернів пояснюється наявністю кваліфікованих працівників та розгалуженими дилерськими мережами, що забезпечує зростання продажів по всьому світу. [21, с.108].

Автомобільні концерни зазвичай продають свої товари через свої власні дилерські мережі, хоча також вони здійснюють значні продажі через партнерські зв'язки та дилерські угоди. Монополізація автомобільного ринку сприяється формуванням інноваційних бюджетів провідних автомобільних компаній, що дозволяє їм нарощувати свої конкурентні переваги шляхом впровадження інновацій у виробництво.

Чотири провідні автомобільні концерни займають провідні позиції у світі щодо обсягу витрат на науково-дослідну роботу, та входять до 20 найбільших компаній за цим показником. Прогнозується зростання попиту на продукцію автомобілебудування в країнах БРІК, які в майбутньому складатимуть більшість світового ринку.

Китай стає новим центром зростання продажів і виробництва автомобілів, і очікується, що його вплив на ринок збільшиться в середньостроковій перспективі. Збільшення обсягів продажів на ринку автомобілебудування сприятиме зростанню монополізації та концентрації ресурсів у провідних автомобільних компаніях.

ВИСНОВОК

Однією з ключових проблем глобального економічного розвитку є аналіз тенденцій розвитку автомобільних концернів під впливом індустріальних революцій. Різні стадії революцій в світовій практиці мають різний вплив на автомобільні концерни, проте кожен етап виступає як важлива ланка на шляху до створення високоякісної, інноваційної та прогресивної автомобільної промисловості, що впроваджується не лише у провідних концернах, але й у всьому світі в цілому.

Сучасна ситуація на світовому автомобільному ринку характеризується жорсткою конкуренцією та необхідністю структуризації автомобільних концернів для підтримки їх ефективної діяльності. Для цього необхідно створювати сприятливі умови, які включають законодавчі, політичні та інвестиційні заходи, ефективне державне регулювання автомобільних ринків та запобігання ухиленню від оподаткування. Успішний розвиток автомобільної промисловості важливий як для автомобільних концернів, так і для держав загалом, і вимагає уваги та зусиль від усіх зацікавлених сторін.

Розвиток автомобільних концернів в майбутньому передбачається в контексті змінюваних умов глобального автомобільного ринку та загальних тенденцій економічного розвитку. Очікується, що концерни будуть зосереджуватися на розробці та виробництві більш екологічно чистих, енергоефективних автомобілів з більш високим рівнем автономності та застосуванням штучного інтелекту для керування автомобілями. Також очікується зростання ринку електромобілів та розширення використання альтернативних джерел палива, таких як водневі та газові технології. Концерни будуть також звертати увагу на розвиток нових технологій для покращення безпеки та комфорту пасажирів. Водночас, у зв'язку зі зростанням економічної конкуренції та посиленням вимог до екологічної безпеки, концерни будуть намагатися оптимізувати свої виробничі процеси

та зменшити витрати на виробництво автомобілів. Все це вимагатиме від концернів постійного інвестування у дослідження та розробки, а також співпраці з іншими секторами економіки для реалізації більш амбітних цілей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автопілот: оцінюємо рівень самостійності автомобіля / Електронний ресурс. Адреса посилання: <https://auto.24tv.ua/>
2. Безрукова Н.В. Особливості монополізації світового автомобільного ринку/ Н.В. Безрукова// Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі - № 5 (50) - 2011 - с.28-33
3. Бодрова Н.Е. Аналіз світових тенденцій розвитку автомобільної промисловості / Н.Е. Бодрова // Бізнес-Інформ - 2012 - № 1 - с. 78-83.
4. Бойко В. С. Аналіз світового ринку легкових автомобілів / В. С. Бойко// Статистика - інструмент соціально-економічних досліджень: збірник наукових студентських праць ОНЕУ - 2017 - с. 120 – 128
5. Бубнов Ю. В. Анализ мирового рынка легковых автомобилей / Ю. В. Бубнов // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета - 2013 - № 88(04)
6. Волошенюк В.В. Сучасна організація ФПП в Україні та перспективи її розвитку / В.В. Волошенюк // Наукові праці ДонНТУ - Серія: Економічна - 2012 - Вип. 31-3.
7. Вороненко В. І. Обґрунтування напрямів розвитку сонячної енергетики для України // Енергоефективність та відновлювальна енергетика в Україні: проблеми управління / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2019. – С. 72-85. – Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80025>
8. Вороненко В.И., Бурлакова И.М.. Эфффекты от использования энергетических природных ресурсов в странах Европейского союза и Украине. Економіка та держава. 2018. № 7. С. 61-66. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70636>
9. Вороненко В.И., Горобченко Д.В. Теоретические модели анализа эколого-экономического развития. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2020. № 157. С. 65-68. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83711>

10. Вороненко В.І., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Визначення індикаторів та рівнів регуляторної ефективності податкових інструментів на національному та світовому рівнях. Проблеми та перспективи забезпечення макроекономічної стабільності : монографія / за ред. С. В. Леонова і М. М. Бричко. Суми : Сумський державний університет, 2022. С. 65-75.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90488>

11. Вороненко В.І., Кубатко О.В., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Омеляненко В.А. Динаміка цифрової трансформації соціально-економічних та екологічних систем. Агросвіт. 2022. № 15-16. С. 15-22.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89229>

12. Гриценко П., Коваленко Є., Вороненко В., Смакоуз А., Степаненко Є. Аналіз дефініції «зміни» як економічної категорії. Механізм регулювання економіки, (1 (91), 92-98. URL: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>

13. Дерев'янкін Т. І. Промисловий переворот // Енциклопедія історії України: у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін.; Інститут історії України НАН України - К.: Наук. думка, 2012 - с. 29.

14. Дяченко, А. В., Карінцева, О. І., Тарасенко, С. В., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Кисильова, К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 21-40.
DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.02>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85737>

15. Егоров С. Создание интегрированных структур в высокотехнологическом комплексе / С. Егоров, С. Маринин // Экономист: междунар. журнал - 2004 - № 6 - с. 30-32.

16. Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

17. Економіка розвитку: європейський досвід упровадження досягнень Industries 3.0, 4.0 та 5.0. : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М.

Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91525>

18. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. – Суми : Університетська книга, 2023. – 702 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91523>

19. Електромобілі 2020-2021 року. Новинки/ Електронний ресурс. Адреса посилання: <https://ukrainianpeople.us/>

20. Жихарцева О.О. Фінансово-промислові групи: поняття, структури та види/ О.О. Жихарцева// Науковий вісник НЛТУ України - 2016 - Вип. 26.6 - с. 235-243

21. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127–136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223>

22. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

23. Карінцева О.І., Дегтярьова І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22 https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf

24. Краузе О. Тенденції розвитку ринку автомобільної промисловості/ О.Краузе// Економіка та управління національним господарством - 2016 – с.114- 120

25. Лаптев В.А. Предпринимательские объединения: холдинги, финансово-промышленные группы, простые товарищества: монография / В.А. Лаптев. – М.: Изд-во "Волтерс Клувер" - 2008 – 94 с.

26. Линенко А.В. Дослідження економічної сутності та класифікація об'єднань підприємств/ А.В. Линенко// Запорізький національний університет – 2015 – с.24-31

27. Лукаш, О., Дерев'янка, Ю., Васильєва, Т., & Танащук, М. (2022). Формування конкурентного середовища у освітньому просторі: роль освітніх провайдерів. Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98)), 31-39. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.08>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90532>

28. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2021. 432 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

29. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

30. Мельник, Л., Карінцева, О., Кубатко, О., Дерев'янка, Ю., Маценко, О. (2022). Реструктуризація соціально-економічних систем як складова формування цифрової економіки в Україні у період кризи. Механізм регулювання економіки, (1-2(95-96)), 7-13.

31. Мельник Л. Г., Маценко О. М., Дериколенко О. М., Кириленко М. В., Стародуб І. А. Економіка підприємств, територій та макроекономічних систем в умовах цифрових трансформацій: від стабільності й лінійного мислення до антикрихкості та нелінійного, інноваційного мислення // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 67-78. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.06>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87532>

32. Мельник, Л. (2022). Росія – країна, побудована на порушенні божих заповідей: погляд економіста . Механізм регулювання економіки, (3-4(97-98)),

- 141-150. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.10>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90536>
33. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>
34. Ніколаєв С.О., Вороненко В.І., Ковальов Б.Л., Гриценко П.В., Одеволе О.О. Блокчейн як фактор цифрової трансформації економіки України. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2021. №2. С. 16-23. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85043>
35. Несподіваний лідер в світовому автопромі/ Електронний ресурс. Адреса посилання: <http://autokiev.info/2018/03/>
36. Омеляненко В.А., Литвиненко С.М., Вороненко В.І. Аналіз потенціалу конвергенції біо- та нанотехнологій в космічній галузі (національний та міжнародний аспект). Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Омеляненка. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань, 2023. С. 284-296.
37. Проноза П. В. Світове автомобілебудування: сучасні тенденції та перспективи розвитку/ П.В. Проноза// Бізнесінформ - № 8 – 2015 – с.118-125
38. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>
39. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 1: Трансформації економічних систем: досвід ЄС в реалізації Industries 3.0, 4.0, 5.0: навчальний посібник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2022. 608 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91526>
40. Сучасні тренди економічного розвитку. Книга 2: Кращі практики ЄС для сестейнового розвитку : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М.

Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91527>

41. Тенденції розвитку маркетингу в умовах економічних трансформацій / Р. В. Федорович [та ін.]; за ред. проф. Р. В. Федоровича. – Тернопіль: Шпак В. Б., 2017. – 303 с.

42. Чому автоконцерни активно інвестують у сервіси таксі/ Електронний ресурс. Адреса посилання: <http://forbes.net.ua/ua/business/>

43. Babenko V., Matsenko O., Voronenko V., Nikolaiev S., Kazak D. Economic prospects for cooperation the European Union and Ukraine in the use of blockchain technologies. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2020. № 12. С. 8-17. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83746>

44. Hrytsenko P., Voronenko V., Kovalenko Ye., Kurman T., Omelianenko V. Assessment of the development of innovation activities in the regions: Case of Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 2021. 19(4). P. 77-88. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85729> (SCOPUS)

45. Hrytsenko, P. V., Kovalenko, Y. V., Voronenko, V. I., Smakouz, A. M., Stepanenko, Y. S. Analysis of the Definition of “Change” as an Economic Category // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 92-98. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84025>

46. Hrytsenko, P.V., Kovalenko, Y.V., Voronenko, V.I., Smakouz, A.M., Stepanenko, Y.S. Analysis of the Definition of “Change” as an Economic Category. Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. С. 92-98. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84025>

47. Ji, Z., & Sotnyk, I. (2023). Economic analysis of energy efficiency of China's and India's national economies. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99)), 11-16. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.02>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91221>

48. Jianming Mu, Goncharenko O. S., Chortok Yu. V., Yaremenko A. H. Peculiarities of Formation of the Region's Logistics Infrastructure on the Basis of Eco-Innovations Within the Framework of Stakeholders' Partnership in the Enterprise-Region-State System // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 4. P. 22-29. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.94.03>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87514>

49. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

50. Kovalov, B., Karintseva, O., Kharchenko, M., Khymchenko, Y., & Tarasov, V. (2023). Methods of evaluating digitization and digital transformation of business and economy: the experience of OECD and EU countries. Економіка розвитку систем, 5(1), 18-25. <https://doi.org/10.32782/2707-8019/2023-1-3> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91585>

51. Kovalov, B., Karintseva, O., Kharchenko, M., Khymchenko, Y., & Tarasov, V. (2023). Methods of evaluating digitization and digital transformation of business and economy: the experience of oecd and eu countries. Економіка розвитку систем, 5(1), 18-25. <https://doi.org/10.32782/2707-8019/2023-1-3> <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91585>

52. Kubatko, O. V., Kubatko, O. V., Sachnenko, T. I., Oluwaseun, O. O. Organization of Business Activities with Account to Environmental and Economic Aspects // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 2. P. 76-85. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.08>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85180>

53. Kubatko, O., Merritt, R., Duane, S., & Piven, V. (2023). The impact of the COVID-19 pandemic on global food system resilience. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99)), 144-148. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.22>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91371>

54. Lukash, O. A., Derev`yanko, Y. M., Kozlov, D. V., Mukorez, A. I. Regional Economic Development in The Context of the COVID-19 Pandemic and the Economic Crisis // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 99-107.

DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.08>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84026>

55. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3.

– C. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>

56. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 117-133.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810>

57. Melnyk, L. Hr., Shaulska, L. V., Mazin, Yu. O., Matsenko, O. I., Piven, V. S., Konoplov, V. V. Modern Trends in the Production of Renewable Energy: the Cost Benefit Approach // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 5-16.

DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.01>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83761>

58. Melnyk, L., Karintseva, O., Kubatko, O., Derev`yanko, Y., & Matsenko, O. (2022). Restructuring of socio-economic systems as a component of the formation of the digital economy in Ukraine. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96), 7-13. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.01>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89627>

59. Melnyk, L., Kovalov, B., Mykahilov, S., Mykhailov, S., Skrypka, Y., & Starodub, I. (2022). Dynamics of reproduction of economic systems in the transition to digital economy – in the light of synergetic theory of development*. Mechanism of an Economic Regulation, (3-4(97-98), 7-14.

<https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.01>

<https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.01>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90520>

60. Melnyk, L., Matsenko, O., Kalinichenko, L., Holub, A., & Sotnyk, I. (2023). Instruments for ensuring the phase transition of economic systems to management based on Industries 3.0, 4.0, 5.0. Mechanism of an Economic Regulation, (1(99)), 34-40. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.06>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91226>

61. Nesterenko V., Dolhosheieva O., Kirilieva A., Voronenko V., Hrytsenko P. «Green» vector of the economic development of the country. Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. C. 82-90.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87533>

62. Nesterenko, V. O., Dolhosheieva, O. I., Kirilieva, A. V., Voronenko, V. I., Hrytsenko, P. V. "Green" Vector of the Economic Development of the Country // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. P. 79-87. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.07>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87533>

63. Nikulina, M., Sotnyk, I., Derykolenko, O., & Starodub, I. (2022). Unemployment in Ukraine's economy: COVID-19, war and digitalization. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96)), 25-32. <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.04>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89630>

64. Omelyanenko V., Pidorychev I., Voronenko V., Andrusiak N., Omelianenko O., Fyliuk H., Matkovskyi P., Kosmidailo I. Information & Analytical Support of Innovation Processes Management Efficiency Estimations at the Regional Level. International Journal of Computer Science and Network Security. 2022. Vol. 22, No. 6. P. 400-407.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89615>

65. Sotnyk I. M., Nahornyi M. V., Maslii M. Yu., Nikulina M. P., Yehorov Y. V. Problems of Unemployment in Ukraine Under the COVID-19 Pandemic // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 3. P. 88-96. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.93.08>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87534>

66. Sotnyk, I. M., Matsenko, O. M., Popov, V. S., Martymianov, A. S. Ensuring the Economic Competitiveness of Small Green Energy Projects // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 1. P. 28-40. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.03>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84021>

67. Tambovceva, T. T., Melnyk, L. Hr., Dehtyarova, I. B., Nikolaev, S. O. Circular Economy: Tendencies and Development Perspectives // Mechanism of Economic Regulation. 2021. № 2. P. 33-42. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.92.04>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85156>

68. Voronenko V., Horobchenko D. Approaches to the Formation of a Theoretical Model for the Analysis of Environmental and Economic Development. Journal of Environmental Management and Tourism. Craiova: ASERS Publishing, 2018. Vol. 9, Issue Number 5(29). P. 1108-1119.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/77227>