

рують процесами міжнародної кооперації та спеціалізації в глобальних масштабах. Маючи в своєму розпорядженні універсальні промислові бази, ТНК проводять таку виробничо-торговельну політику, яка забезпечує високоефективне планування виробництва, товарного ринку, динамічну політику в сфері капіталовкладень і науково-дослідних робіт в національному, континентальному та міжнародному масштабах для всіх підрозділів (філій) материнської компанії як єдиного цілого. Маніпулюючи політикою трансфертних цін великі, об'єднані корпоративні утворення здатні контролювати значну частину ринку продажів, впливати на рівень цін і тим самим виявляти потужний тиск на економічну політику держав. Часто їх діяльність впливає на розміри і розподіл національного продукту, спрямованість капіталовкладень, рівень зайнятості і купівельну спроможність населення країн.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лук'яненко Д. Глобальна модифікація конкурентних механізмів ринку [Електронний ресурс] / Д. Лук'яненко. – Режим доступу: http://ierjournal.com/journals/12-13/2010_1_Lukyanyenko.pdf. – Назва з екрана.
2. Скавронська І. В. Місце і роль ТНК у розвитку національних економік / І. В. Скавронська, О. В. Мадараш // Молодий вчений. – 2016. – № 4 (31). – С. 197–200.
3. World Investment Report 2017. Investment and the digital economy. – UNCTAD [Electronic resource]. – Mode of access: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_en.pdf.

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ

М. О. Чала, студентка 6 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
Н. Г. Базавлук, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. В статті досліджено сучасні особливості світового автомобільного ринку. Визначено чинники формування міжнародної конкурентоспроможності компаній автомобільного ринку.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, світовий ринок автомобілебудування, конкурентоспроможність продукції, глобалізація.

FACTORS OF FORMING INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF COMPANIES ON THE AUTOMOBILE MARKET

Abstract. The article explores the modern features of the world automobile market. The factors of formation of the international competitiveness of the automobile market companies are determined.

Keywords: international competitiveness, global automotive market, product competitiveness, globalization.

Постановка проблеми. Для сучасного світу характерне переважання пропозиції над попитом, тобто багато постачальників пропонують певні товари, які мало чим відрізняються один від одного. За таких умов, споживач надає перевагу товару, який за своєю ціною найякісніший і задовольняє більшість потреб споживача, отже він надає перевагу більш конкурентоспроможному товару.

Нові тенденції в розвитку світової економіки посилюють конкуренцію на світових ринках та змінюють в цілому структуру конкурентоформуючих факторів на користь нецінових, технологічних. Більшість компаній переходить до сучасних виробничих сил, формують нові тенденції, тобто виробництво починає орієнтуватися на індивідуалізацію потреб і бажань, зберігаючи властивості виробництва. Ті виробники, які не враховують у своїх стратегіях трансформацію факторів виробництва, відстають від розвитку світової економіки, оскільки зміни структури попиту і споживання чітко індивідуалізують основний об'єкт споживання. Найбільш чітко така необхідність проявляється на ринках високотехнологічної продукції, до яких відноситься і ринок автомобілів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженню проблем конкурентоспроможності та чинників її формування присвячені наукові праці Л. Антонюк, В. Геєця, Я. Жаліла, М. Кондратьєва, П. Кругмана, Д. Лук'яненка, М. Портера, А. Поручника та ін.

Метою статті є визначити чинники формування міжнародної конкурентоспроможності компаній автомобільного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з найбільш розвинених товарних ринків є світовий автомобільний ринок, на якому сконцентрована величезна кількість виробників та продавців автотранспортних засобів. Світові лідери з виробництва й продажу авто з року в рік виборюють своїх споживачів, здійснюючи постійний пошук нових ринків збуту автомобільної продукції. Автомобільний ринок є основною частиною глобальної економіки і має безпосередній вплив на її розвиток. В світі виробляється майже 82 мільйона одиниць легкових автомобілів (разом з легкими комерційними автомобілями) на суму майже 2 трильйонів доларів США, а з суміжними галузями це

майже 5% ВВП світу. Автомобільний ринок дуже циклічний по своїй природі. Так, автомобільний ринок попадав в кризу продаж на протязі останніх 19 років вже декілька раз. Провідними продавцями на світовому автомобільному ринку, продажі яких перевищують мільйон авто, є автоконцерни Toyota Motor Corporation, General Motors, Renault Nissan, Hyundai Motors, Volkswagen Group, Ford Motor Company, SAIS (Shanghai Automotive International Co.), Fiat Auto, Honda, Daimler AG, PSA Peugeot Citroen, BMW, Suzuki Motor Corporation, Tata Motors.

Конкурентоспроможність автомобільної компанії обумовлюється її ринковими перевагами, завдяки яким підприємство стає здатним більш ефективно задовольнити потреби споживача і отримати більш високий дохід. Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність продукції автомобільної компанії є ціна, якість, імідж та престиж, маркетингові і комерційні умови.

В сучасних умовах масштаби конкуренції глобальні, тобто конкурують як національні, так і міжнародні корпорації. Всі автовиробники, що займаються продажем автомобілів у Європі об'єднані в крупні міжнародні корпорації. Але половину ринку займають лише 7–8 провідних марок. Лідерами продажу в першій половині 2019 року є Volkswagen – 163 тис. авто, Renault – 126 тис, Peugeot – 88 тис. [1].

Щодо особливостей світового автомобільного ринку в сучасних умовах, то можемо відзначити його звуження. Це можна пояснити, насамперед, падінням російського автомобільного ринку. На китайському автомобільному ринку в результаті проблем з фондовою біржею почався спад виробництва та продажів. Також падіння продажів сталося у багатьох країнах Латинської Америки, де стан економіки значною мірою залежить від ціни нафти (а вона знизилася майже втричі). Звуження світового авторинку також обумовлено гучним скандалом у зв'язку з фальсифікацією компанією Volkswagen даних про екологічну чистоту своїх автомобілів. Ситуація є настільки серйозна, що цьому концернові, який входить у п'ятірку світових лідерів, загрожує банкрутство. На звуження світового автомобільного ринку також впливає розвиток моделі спільного використання. Дедалі більше людей у світі надають перевагу поїздкам на попутному транспорті (інтернет-сервіси типу Uber або Bla-Bla-Car стають усе більш популярними) й короткостроковій оренді автомобілів. І хоча такі ринки, як Індія та Бразилія продовжують розвиватись, заробити на них дуже складно, оскільки місцеві жителі надають перевагу купівлі дешевих автомобілів – за 3–4 тис. дол. США [5].

Другою особливістю світового автомобільного ринку в сучасних умовах є його уніфікація та «китаїзація» заради зниження ціни. За умов скорочення попиту виробники змушені думати над тим, щоб

максимально знизити ціну на автомобілі без шкоди для якості (норми безпеки при ДТП і жорсткі екологічні норми діють в усьому світі). Перш за все, для досягнення зазначеної цілі – уніфікація автомобілів, що призводить до економії на розробці та виробництві комплектуючих. Так, звичайним явищем стало, коли на одній базі здійснюється випуск до 30 моделей абсолютно різних автомобілів. І якщо раніше так чинили всередині одного концерну (наприклад, моделі Renault та Nissan багато в чому повторюють один одного, а Audi всередині дуже важко відрізнити від Skoda та Volkswagen), то зараз звичайним явищем є навіть співробітництво між конкурентами. Заради зниження ціни у наш час здійснюється перенесення виробництва у Китай, де вже працюють 23 великих спільних підприємства.

Незважаючи на падіння продажів на китайському ринку, місцеві виробники продовжують розвиватись і навіть купувати європейські компанії (заради технологій та патентів). Так, китайська промгрупа BAIC Motors Corp здійснює переговори про купівлю частки у Daimler AG, лише підвищивши вартість акцій німецького концерну.

Третьою особливістю світового автомобільного ринку є те, що в останні роки на його розвиток зростає вплив технологічних інновацій у розробці силових агрегатів автомобілів. У зв'язку з подорожчанням пального для автомобілів та забрудненням навколишнього природного середовища споживачі хочуть купувати більш економічні автомобілі. Свою роль у цьому відіграють і уряди, встановлюючи все більш жорсткі екологічні норми на викиди шкідливих речовин автомобілями. Декілька компаній уже продають на ринку автомобілі з гібридними паливно-електричними двигунами. Серед них: Toyota, Lexus, Volkswagen, Honda [3].

На світовому автомобільному ринку здійснилася зміна лідера як у виробництві автотранспортних засобів (яким став Китай, потіснивши американські та японські компанії), так і на ринку продажів (тепер першість за японською корпорацією Toyota, яка посунула німецького виробника авто Volkswagen та американського General Motors). Глобальний автомобільний ринок до 2030 р., за прогнозами світових аналітиків, може досягти 125–130 млн одиниць, з яких 75 % – це легкові автомобілі та 25 % – комерційні. Провідну роль відіграватиме Китай, об'єм автомобільного ринку якого збільшиться до 40 млн автомобілів. Також істотно виростуть ринки Індії, Бразилії та низки азійських країн [2].

Висновки. Аналіз світового ринку автомобілебудування показав, що на сучасному етапі розвитку країнами – лідерами з виробництва автомобілів є розвинуті країни світу країни (США, Іспанія, Франція, Німеччина, Великобританія, Японія) та країни, економіка яких стрім-

ко розвивається, до таких належать Китай, Бразилія, Індія. Найбільша концентрація виробничих потужностей провідних автокомпаній відмічається у регіонах Азії та Океанії та Європі. Світова фінансова криза негативно позначилась на обсягах виробництва підприємств автомобілебудівної промисловості як у світі в цілому, так і в Україні.

Перспективи розвитку світового ринку автомобілебудування такі: збільшення продажів продукції, особливо у країнах БРІК, які, за оцінками, становитимуть більше половини світового попиту галузі. Новим центром концентрації продажів і виробництва продукції ринку автомобілебудування став Китай, економічний вплив якого у даному секторі ринку буде збільшуватися у середньостроковій перспективі. Подальше зростання автомобільного ринку формує передумови для ще більшої його монополізації та поглиблення процесів концентрації основних ресурсів у рамках провідних автомобільних ТНК.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дані Асоціації Європейських Виробників Автомобілів (АСЕА) [Електронний ресурс] // Веб-сайт АСЕА – European Automobile Manufacturers Association. – 2019. – Режим доступу: <https://www.acea.be>. – Назва з екрана.
2. Мировой авторынок к 2030 году составит 130 млн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=33997. – Назва з екрана.
3. Проноза П. В. Світове автомобілебудування: сучасні тенденції та перспективи розвитку / П. В. Проноза // Бізнес Інформ. – 2015. – № 8. – С. 118–125.
4. Рифяк Р. Р. Світовий та вітчизняний ринки автомобілів: порівняльний аналіз [Електронний ресурс] / Р. Р. Рифяк. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir/mk.ua/?p=70473>. – Назва з екрана.
5. Deloitte. Final_Top-500_[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/research/c500/FINAL_TOP500_2016_spreads_optimized_for_site.pdf. – Назва з екрана.