

<https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-05/stratvidnovlennya-koncept-v2.pdf>
(дата звернення 20.02.2024);

9. Відродження будівельної галузі в умовах війни. Український центр сталевих будівництва. URL : <https://uscc.ua/news/vidrodzenna-budivelnoi-galuzi-v-umovah-vijni> (дата звернення 17.02.2024)

Іванішина А.М.

Здобувачка 33 групи ФМЕ

Уханова І.О.

кандидат економічних наук, доцент

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК АВТОМОБІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Автомобільна промисловість – це один із найважливіших секторів світової економіки. Він характеризується високим рівнем конкуренції та динамізмом розвитку. У цьому секторі домінують транснаціональні корпорації (ТНК), які володіють значними ресурсами та можливостями. Перші ТНК автомобільної промисловості з'явилися наприкінці XIX століття. Це були американські та європейські компанії, такі як Ford, General Motors, Daimler AG, Volkswagen AG. Ці компанії швидко розширили свою діяльність на інші країни світу, створивши заводи та дослідницькі центри по всьому світу. Організаційна структура транснаціональних корпорацій в автомобільній промисловості є складною та багаторівневою. Вона покликана забезпечити координацію діяльності компанії на міжнародному рівні, а також ефективно управління всіма аспектами бізнесу. Штаб-квартира ТНК є головним центром прийняття рішень. Регіональні штаб-квартири відповідають за координацію діяльності ТНК в певних регіонах світу. Дочірні компанії є юридично самостійними компаніями, які повністю або частково належать ТНК. Їх функції можуть включати: виробництво та продаж автомобілів; маркетинг та рекламу; післяпродажне обслуговування та фінансовий менеджмент [1].

Транснаціональні корпорації в автомобільній промисловості використовують різні конкурентні стратегії, щоб завоювати та утримати свою частку ринку. Ці стратегії можна поділити на кілька основних категорій:

1. Інновації: ТНК активно інвестують в дослідження та розробки, щоб створювати нові продукти та технології. Це може включати розробку нових моделей автомобілів, електричних та автономних транспортних засобів, а також інновацій у сфері виробництва та матеріалів. Прикладом інноваційної стратегії може бути компанія Tesla, яка стала лідером у виробництві електромобілів.

2. Диференціація продукції: ТНК пропонують широкий спектр автомобілів, щоб задовольнити різні потреби та вподобання споживачів. Це може включати різні типи кузова, двигунів, комплектацій та додаткового

обладнання. Прикладом диференціації продукції може бути компанія BMW, яка пропонує широкий спектр люксових автомобілів.

3. Цінова конкуренція: ТНК використовують різні цінові стратегії, щоб зробити свою продукцію більш доступною для споживачів. Це може включати знижки, акції, розпродажі, а також кредитування та лізинг. Прикладом цінової конкуренції може бути компанія Dacia, яка пропонує доступні за ціною автомобілі.

4. Експансія на нові ринки: ТНК постійно шукають нові ринки для своїх продуктів. Це може включати вихід на нові географічні ринки, а також розширення на нові сегменти ринку. Прикладом експансії на нові ринки може бути компанія Volkswagen, яка активно розширює свою присутність на ринках країн, що розвиваються.

5. Глобалізація: ТНК використовують свою глобальну присутність, щоб отримати конкурентні переваги. Це може включати закупівлю комплектуючих у країнах з низькими витратами, оптимізацію виробничих процесів та диверсифікацію ризиків. Прикладом глобалізації може бути компанія Toyota, яка має виробничі потужності в багатьох країнах світу [2].

6. Співпраця: ТНК співпрацюють з іншими компаніями, щоб розширити свої можливості та отримати доступ до нових технологій. Це може включати спільні розробки, партнерські відносини та альянси. Прикладом співпраці може бути альянс Renault-Nissan-Mitsubishi, який є одним з найбільших в світі.

7. Цифровізація: ТНК впроваджують цифрові технології в усі аспекти своєї діяльності. Це може включати використання штучного інтелекту, робототехніки, 3D-друку, а також Big Data. Прикладом цифрової трансформації може бути компанія Ford, яка інвестує в розробку автономних транспортних засобів [3].

Що стосовно впливу транснаціональних корпорацій автомобільної промисловості на економіку, соціальну сферу та навколишнє середовище, то ТНК в автомобільній промисловості є одними з основних роботодавців у світі. Вони безпосередньо та опосередковано створюють мільйони робочих місць по всьому світу, пропонуючи широкий спектр кар'єрних можливостей для людей з різною кваліфікацією та досвідом роботи. ТНК інвестують значні кошти в дослідження та розробки, виробництво, маркетинг та інші аспекти своєї діяльності. Ці інвестиції стимулюють економічне зростання в країнах, де вони працюють. Також вони можуть інвестувати в будівництво шкіл, лікарень, доріг та інших об'єктів соціальної інфраструктури. Проте діяльність ТНК в автомобільній промисловості може призвести до забруднення повітря, води та ґрунту. Нераціональне використання ресурсів може призвести до їх виснаження, а викиди парникових газів від автомобілів є одним з факторів, що сприяють зміні клімату [4].

Підсумовуючи, можна сказати, що ТНК в автомобільній промисловості мають значний вплив на економіку, соціальну сферу та навколишнє середовище. Цей вплив може бути як позитивним, так і негативним. Важливо,

щоб ТНК вживали заходів для мінімізації негативного впливу та максимізації позитивного впливу.

Список використаних джерел

1. YouTube. Автомобільні ТНК: як вони змінюють світ. URL : https://www.youtube.com/watch?v=yOjo_ri6sqM (дата звернення: 30.03.2024).
2. Шевченко Д. О. Вплив ТНК на розвиток вітчизняного автопрому. *Вісник економічної науки України*. 2018, № 4. С. 145-152.
3. Іванова, О. О. Інноваційна діяльність транснаціональних корпорацій в автомобільній промисловості : дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2020. 212 с.
4. Агеев, О. А. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан та перспективи розвитку. Київ : КНЕУ, 2018. – 240 с.

Коваль В.В.

Здобувач 54 групи ФМЕ

Уханова Інна Олегівна

кандидат економічних наук, доцент

АНАЛІЗ ТОРГОВЕЛЬНОГО БАЛАНСУ СПІЛЬНОГО РИНКУ ТОВАРІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Спільний або єдиний ринок ЄС – це ринок, на якому товари, послуги, капітал та люди можуть вільно обертатися [1, с. 301]. Принцип вільного руху товарів передбачає видалення національних бар'єрів для вільного руху товарів в межах ЄС. Статті 34-36 Договору про функціонування Європейського Союзу забороняють кількісні обмеження на імпорту, експорт або товари, що перебувають у транзиті, а також всі подібні обмежувальні заходи між країнами-членами. Всі заходи, здатні прямо чи опосередковано ускладнювати такий імпорту, вважаються кількісними обмеженнями [2, с. 171-173].

Крім того, оскільки 27 держав-членів Європейського Союзу спільно мають єдиний ринок та єдиний зовнішній кордон, вони також мають єдину торгову політику. Як в Світовій організації торгівлі, де узгоджуються та виконуються правила міжнародної торгівлі, так і з окремими торговими партнерами, держави-члени ЄС виступають і переговорюють колективно [3, с. 21-22].

Регулювання єдиного ринку товарів в ЄС має на меті забезпечити вільний, конкурентоспроможний і ефективний ринок для товарів, який сприяє економічному зростанню та спільному процвітання країн-членів.

В процесі реєстрації та звітності офіційним статистичним органам ЄС складно інтерпретувати цифри в абсолютних значеннях для окремих держав-