

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ

ЗБІРНИК

матеріалів Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 28 березня 2024 року)

Полтава
2024

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА
ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ
МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА
ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ**

ЗБІРНИК

матеріалів Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 28 березня 2024 року)

**Полтава
ПУЕТ
2024**

*Гончарук Є. Л., магістр;
Пузирьова П. В., д-р. екон. наук, доц.
Київський національний університет
технологій та дизайну,
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ АВТОМОБІЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

Значення автомобільної індустрії та її перспективи розвитку визначаються головним чином рівнем використання автотранспорту в транспортно-енергетичній інфраструктурі та його впливом на національну економіку. Автомобільна індустрія впливає на технічний прогрес, а динаміка продажів автомобілів свідчить про платоспроможність населення та рівень життя. Сучасне автомобілебудування є ключовою галуззю у світовій промисловості, оскільки його продукція застосовується у багатьох галузях економіки, що вирішує економічні, соціальні, екологічні та науково-технічні завдання [1; 3].

Ще одним значущим аспектом, що відкриває дискусію про стан ринку автомобілів, є непряма взаємодія з ринком палива та нафтопродуктів, які взаємодоповнюють один одного. У сучасних умовах весь автомобільний сектор активно переорієнтується на виробництво більш технологічних та енергоефективних транспортних засобів. За такими змінами стоїть підвищення цін на ресурси та вимоги екологічних стандартів. У результаті ринкова ситуація стає непередбачуваною, що може викликати інші макроекономічні проблеми, такі як зменшення ВВП, зростання безробіття, тощо [2; 4].

Диверсифікація на ринку легкових автомобілів відзначається перерозподілом між визначеними «традиційними» виробниками та новими гравцями, переважно з азійських країн. В цих країнах під впливом глобальних автомобільних корпорацій спостерігається інтенсивний розвиток виробництва легкових автомобілів та їх експансія на світовий ринок [3; 5; 6].

Сучасний прогрес транснаціональних корпорацій у автомобільній індустрії можна узагальнити через три ключові аспекти. По-перше, спостерігається відчутна перевага надлишкових виробничих потужностей. По-друге, автомобілебудування відзначається постійними великими витратами, що є властивими

цій галузі машинобудування. По-третє, насиченість основних автомобільних ринків та постійна конкуренція за споживача призводять до постійного зниження прибутковості корпорацій [5; 7].

Глобальна автомобільна індустрія переживає значні зміни, особливо щодо розподілу виробництва та споживання, а також консолідації виробників на ринку. Ця індустрія, яка раніше була сконцентрована у відносно невеликій кількості країн, тепер стає глобальною, з активним розширенням на регіональному рівні та інтенсивною експортною політикою [1; 4].

Нові тенденції також включають уніфікацію продукції та зближення стандартів, але разом з цим виникають регіональні варіації товарів, призначених для потреб транспортування в різних країнах. Це пов'язано з адаптацією до місцевих умов, кліматичних та культурних особливостей, що призводить до постійного збільшення попиту на автомобільну продукцію у всьому світі [2; 5].

Транснаціональні корпорації автомобільної індустрії активно взаємодіють між собою, що є типовим явищем для компаній у цій галузі. Крім того, у сфері автомобільної промисловості спостерігається інтенсивний процес злиття та поглинання, оскільки деякі компанії представляють себе як перспективні стартапи, а вже визнані великі компанії здійснюють їх придбання та інтегрування в свою організаційну структуру, що створює додаткову конкурентну перевагу перед іншими учасниками ринку [4; 7].

Переструктуризація автомобільної розробки та виробничих процесів головним чином визначається інноваціями в продуктах, такими як електричні автомобілі та технологія автопілота, оскільки ці інновації призводять до змін у технічній структурі автомобілів. Виробничий процес тепер включає не лише розробку нових компонентів і систем, але й створення власного програмного забезпечення, яке стає необхідною складовою частиною кожного автомобіля [6; 7].

Вплив інновацій у продукції проявляється і на вторинному ринку, що відображається у зміні асортименту вироблених комплектуючих. Учасники цього ринку все більше впроваджують цифрові технології в свої процеси з метою здобуття додаткових конкурентних переваг. Цифрова трансформація є

ключовим чинником, вплив якого стає очевидним майже у кожному етапі створення вартості. Завдяки виникненню нових джерел створення вартості формується новий ланцюжок, де обробляються значні обсяги даних. У зв'язку з цим у ланцюгу виникає стійкий взаємозв'язок та обмін інформацією між елементами [2; 6].

Отже, сьогодні транснаціональні автомобільні корпорації акцентують увагу на різноманітності своєї продукції, орієнтуючись на потреби споживачів і розвиваючи екологічно чисті та безпечні автомобілі, які відповідають сучасним екологічним стандартам і вимогам клієнтів [1–7].

Список використаних джерел

1. Дяченко Т. О. Методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності автотранспортних підприємств / Т. О. Дяченко, В. Г. Седой // *Причорноморські економічні студії*. – 2019. – Вип. 40. – С. 99–106.
2. Познаховський В. А. Існуючі методи оцінки конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та шляхи їх удосконалення / В. А. Познаховський, О. Г. Кірічок // *Сучасні технології в машинобудуванні та транспорті*. – 2017. – № 2. – С. 113–117.
3. Пузирьова П. В. Значення маркетингового дослідження при визначенні ключових факторів впливу на план виробництва продукції промислових підприємств / П. В. Пузирьова // *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*: зб. наук. пр. – 2011. – Вип. 30. – Київ: НАУ, 2011. – С. 168–174.
4. Пузирьова П. В. Особливості формування потенціалу автотранспортних підприємств, що здійснюють вантажні перевезення [Електронний ресурс] / П. В. Пузирьова // *Ефективна економіка*. – 2013. – № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1820>.
5. Шинкаренко В. Г. Концепція вдосконалення управління конкурентоспроможністю автотранспортних підприємств / В. Г. Шинкаренко // *Економіка транспортного комплексу*. – 2020. – Вип. 36. – С. 95–112.
6. Olshanska O. V. Actual aspects of foreign economic activity and foreign economic relations in modern economic conditions / O. V. Olshanska, P. V. Puzyrova, O. V. Parashchak // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2022. – № 9 (256). – С. 21–28.
7. Puzyrova P. V. Basic strategic directions for the entry of the enterprise into foreign markets / P. V. Puzyrova, N. O. Khmelevskiy, M. D. Herasymchuk // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2022. – № 9 (256). – С. 50–57.

Тис М. С. Методичний інструментарій моніторингу та оцінювання фінансової безпеки регіону	263
Тютюнник Ю. М., Тютюнник С. В. Структурно-динамічні тенденції у формуванні доходів і витрат банківської системи України	266
Фалюта А. В. Безпека інвестиційних вкладень фінансового бізнесу	270
Чиж Н. М., Чиж В. О. Інтеграція фінансових технологій у стратегічне управління підприємством та їх вплив на інтелектуальну власність	274
Юрків А. М. Фінансовий інструментарій розвитку транскордонного співробітництва	278

СЕКЦІЯ 4 МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Alsakaf Hind, Strilets V. Yu. Exploring Apple's Strategic Landscape: A PEST Analysis Perspective	282
Аржаннікова А. Р., Стрілець В. Ю. Особливості та проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні у воєнний період	286
Артонкіна Є. А., Франко Л. С. Корпоративна культура суб'єкта міжнародного бізнесу в умовах глобалізації	290
Балов Г. Ю., Пузирьова П. В. Стратегічний маркетинг як основа стабільності функціонування бізнесу	294
Богатирьов В. В., Пузирьова П. В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю бізнес-структур	298
Гончарук Є. Л., Пузирьова П. В. Особливості розвитку транснаціональних корпорацій автомобільної індустрії	302